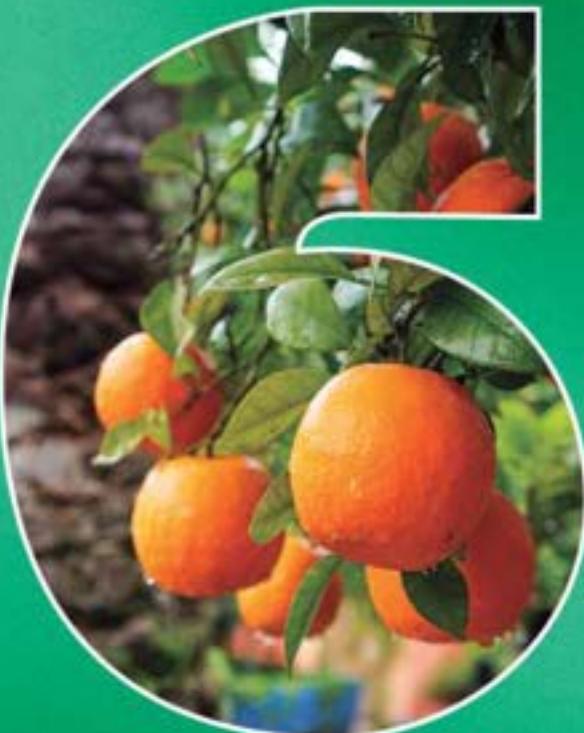
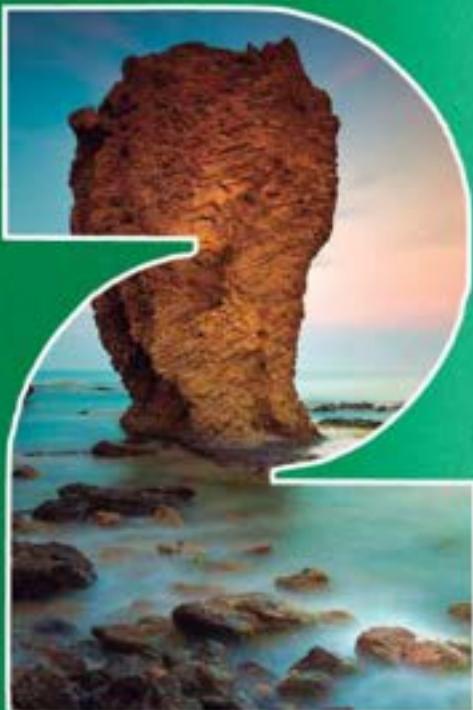


ANUARIO
TURISMO ANDALUZ



**NOS
VEMOS
EN FITUR
2026**



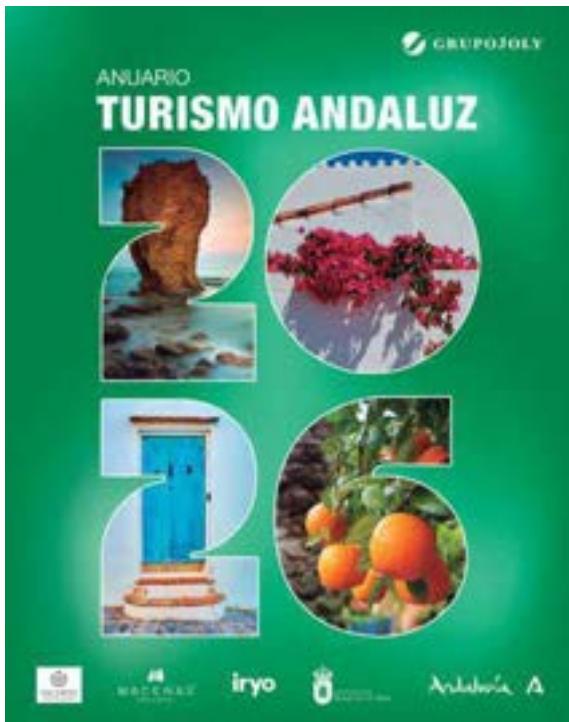


VISIÓN
FU.TURISTA

TRAS DÉCADAS DE EXPERIENCIA Y DESARROLLO CONJUNTO, **ESTA ES NUESTRA CAPACIDAD PARA APORTAR PRODUCTOS Y SOLUCIONES FINANCIERAS ESPECIALIZADAS PARA SER HOY, Y SEGUIR SIÉNDOLAS EN EL FUTURO, LÍDERES MUNDIALES DEL TURISMO.**

 **cajamar**
CAJA RURAL

Anuario Turismo Andaluz 2026

**Coordinación**

Pablo Laynez

Redacción

David García

Macarena González

David Cuesta

Raquel Gutiérrez

Carmen Meléndez

Eduardo Osborne

Pilar Pereira

Marta Franco

Fran Moreno

Equipo de ventas

Departamento comercial Grupo Joly

publicidad@grupojoly.com

Depósito Legal: AL 60-2024

Impresión: Artes Gráficas Moreno



DIARIO DE CADIZ

diariodecadiz.es

Diario de Jerez

diariodejerez.es

Europa Sur

El nuevo de Almería, líder

europasur.es

Diario de Sevilla

diariodesevilla.es

elDía DE CÓRDOBA

Córdoba cerrará un año récord de
eldiadecordoba.es

Huelva Información

Un estudio científico prueba el uso
huelvainformacion.es

Granada Hoy

La Alhambra acaba con las colas
granadahoy.com

Málaga Hoy

malagahoy.es

Diario de Almería

El diario más leído en el sur de España
diariodealmeria.es

Jaén Hoy

jaenhoy.es

EL CONCISO.

elconciso.es

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN

10-29

- Iván Gómez 10-11
- Jordi Hereu 12-13
- Juanma Moreno 14-15
- Datos de turismo andaluz 16-17
- Arturo Bernal 18-19
- Balances del año 20-27
- Presentación de Fitur 28-29

OPINIÓN

31-106

- Pablo Laynez 32-33
- José Antonio García 34
- Francisco Salado 36
- Javier Fernández 38
- Francisco Rodríguez 40
- David Toscano 42
- Almudena Martínez 44
- Salvador Fuentes 46
- Paco Reyes 48
- Mercedes Jiménez 52
- Juan Ignacio Pulido y Cristina Barzallo 54
- María C. Puche-Ruiz 56-58
- Manuel Arcila y Gema Ramírez 60-63
- Mª del Carmen García y Juan Carlos Pérez 64
- Tomás López-Guzmán 65
- Rafael Leopoldo Aguilera 66
- María del Rosario Soto 67
- Antonio de María Ceballos 68
- Pedro Bendala 69
- José Ruiz 70
- Francisco Aguado 71
- Antonio Zapata 74
- Javier Frutos 75
- Jorge Perals 76
- Ana Isabel Polo 78
- Fernando Gómez 80
- José Luis Sánchez 82
- Luis Rodríguez 84
- Manuel de la Torre 86-89
- Antonio Rafael Peña 92
- Jorge Espinós 94
- Antonio Montero 95
- Jaime Bigeriego 96
- Diego Valera 97
- José Manuel Jurado 98
- Ángeles Gallego 99
- Pilar Manrique 100
- María del Mar Vázquez 101
- Ignacio Tejero 102
- Pedro Valades 103
- Gaspar Sáez 104
- Sebastián Molinillo y Francisco Rejón-Guardia 105
- Rafael Calero 106

LA COSTA

107-142

- El wingfoil conquista Tarifa 108
- Playas de Huelva: arena, historia y naturaleza en estado puro 109
- El 'Triángulo de Oro', lujo en la Costa del Sol 110
- Playas vírgenes ideales para extender la toalla 112
- Fortines gaditanos frente al mar 114
- Ruta a la luz de los faros gaditanos 116
- Roquetas de Mar, de luz y vida 118-119
- Campo de Gibraltar: inspiración en cada rincón 120-121
- Activízate en Almería Ciudad 122-123
- San Roque, donde lo tienes todo 126-127
- Huelva: la ciudad del buen vivir 128-129
- Ayamonte, un destino turístico único, exclusivo y diferente 130
- El Ejido, destino para los turistas de golf 131
- Chiclana, 150 años de Ciudad 132-133
- Conectar con lo que realmente importa 136
- Puerto de Huelva, puerta al turismo náutico y de cruceros 137
- Ven a Ceuta y ahorra en tu viaje con 'Ceuta Emociona' 138-139
- Rincón de la Victoria, un destino para todo el año 140
- Tarifa, un destino para vivirlo: camino a la excelencia 141
- Arrecifes, acantilados y un entorno mágico 142

- Aeropuertos: Málaga, un récord que indica el camino 144-145
- Las Minas de Riotinto, un legado minero único 146
- La Alpujarra, tierra de rutas y senderos 147
- Granada: agua y memoria termal 148
- Rutas imprescindibles para descubrir la sierra cordobesa 150
- El Calabacino: la ecoaldea de la sierra onubense 152
- Acequias medievales de Castilléjar 154
- La comarca de la que habla National Geographic 158
- Algaba de Ronda, enclave para conectar con la naturaleza 159
- Granada desde las alturas 160
- Jaén, tierra de historia y cultura andaluza 161
- El puente colgante más largo de España 162
- Carmona: una ciudad milenaria entre murallas y sabores 163
- Garganta del Tajo: naturaleza, historia y turismo sostenible 164
- La excelencia del turismo de negocios cordobés 165
- Oro líquido, un preciado tesoro 166
- Itálica, la raíz romana de Sevilla que marca su futuro 167
- 'Costa de Almería', la emoción de la aventura 170-171
- Innovación, arte y patrimonio en Castellar de la Frontera 172
- Villarrasa, enclave histórico y monumental de Huelva 173
- Jabugo, un lugar en boca de todos 174
- El Saliente, santuario que vertebral la fe y del Almanzora 176
- Siente Casares los 365 días del año 180
- Aroche: un lugar donde respirar naturaleza 182
- Cortegana, propuestas para una experiencia única 184
- Luz y verso para contar un destino 185
- Trigueros, historia milenaria en la tierra llana de Huelva 186
- El Bulevar Ciudad de Vícar, 20 años como corazón del Poniente Almeriense 187
- Alájar, historia viva entre montañas 188
- El Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, enclave único 189
- Higuera de la Sierra, un sinfín de posibilidades 192
- Almonaster la Real, un pueblo para mirar despacio 193
- Vélez-Rubio: un destino inmejorable 194
- Mojácar Sostenible: el mayor salto digital con la IA 195
- Lucainena de las Torres mostrará sus calles floreadas 196



- | | | |
|---|--|--|
| ■ La diversión y las risas, aseguradas en Andalucía 198-199 | ■ Sevilla se encumbra como capital del cine europeo 220 | ■ Sevilla en primavera: entre la cera y el albero 235 |
| ■ 42,195 km. de deporte... y turismo 200 | ■ El astroturismo toma fuerza en Jaén 221 | ■ Granada: patrimonio, música y cultura 236 |
| ■ Andalucía, territorio de aventura 202 | ■ La Córdoba de los Faraones 222 | ■ Los íberos, pioneros del desarrollo cultural 237 |
| ■ La era almeriense de los festivales de música 204 | ■ Descubre la Huelva más secreta 223 | ■ Cabogata Beach y Cabogata Jardín, experiencias únicas 238-239 |
| ■ Las herraduras como obra de arte 206 | ■ Más estrellas en el firmamento gastronómico 224-225 | ■ El viajero corporativo apuesta por la alta velocidad 240-241 |
| ■ La esencia islámica de los Patios 208 | ■ Tradición en cada bocado: un viaje del mar a la huerta 226 | ■ Growers Boutique Huelva: un hotel para el bienestar 242 |
| ■ La Sala de Arjona, una joya 212 | ■ Museo Camarón, referencia nacional del legado flamenco 227 | ■ La UAL, motor para un turismo sostenible y de excelencia 243 |
| ■ Espetos y mucho más 213 | ■ Granada, destino mundial para los eclipses solares 228 | ■ Una fábrica de sueños del cine en Almería 244 |
| ■ Medina Azahara: El Sueño de la Córdoba más Andalusí 214 | ■ Calendario cordobés que se come 229 | ■ El Parque Minero de Riotinto, pieza clave en la diversificación turística de Andalucía 245 |
| ■ Orígenes del flamenco en Jerez: cuna histórica del arte jondo 215 | ■ Sevilla, capital del tapeo 232 | ■ La Cartuja, sede para miles de aficionados 246 |
| ■ Huelva, destino creciente del micoturismo 216 | ■ Turismo sostenible entre ríos, playas y montañas 233 | |
| ■ Sierra Nevada: sol, nieve y aceleración económica 217 | ■ Una ciudad para descubrir a Picasso 234 | |



ROQUETAS DE MAR DE LUZ Y DE VIDA.



AYUNTAMIENTO DE
ROQUETAS DE MAR

ROQUETAS
DE MAR



Una senderista hace una foto desde el mirador de la Vela Blanca del parque natural Cabo de Gata - Níjar en Almería

CARLOS BARBA / EFE

Innovación y sostenibilidad en la transformación del turismo



Iván Gómez

Director de Diario de Almería

ANDALUCÍA ha vuelto a cerrar el año batiendo récords en el sector turístico, tanto en el número de visitantes como en lo que gastan y en los ingresos de una industria clave en la creación de riqueza, bienestar y empleo. La solidez del destino y la madurez del modelo turístico han permitido mantener a lo largo del tiempo un crecimiento ininterrumpido que, en su camino hacia la excelencia, ha aprendido a diversificar, desconcentrar y desestacionalizar convirtiendo a Andalucía en potencia internacional y en una de las comunidades con más peso de la afiliación del sector en España y mayor proyección en los principales mercados emisores. Pero en esta visión estratégica a largo plazo de una marca, que ha sabido conjugar lo mejor de la tradición con la incipiente revolución tecnológica y la innovación, importa más la calidad que la cantidad y el tejido turístico de la región también lidera una estrategia en la que se apuesta por la sostenibilidad para seguir superando todos los registros anteriores sin dejar a nadie atrás.

Esta transformación del modelo turístico debe contribuir a la cohesión territorial y social, al respeto a la identidad y defensa del legado cultural, a la restauración y puesta en valor del patrimonio natural y artístico, a combatir la alarmante despoblación con la búsqueda, identificación y generación de oportunidades para el desarrollo rural y a un permanente compromiso con el medio ambiente que desde hace años se ha venido implementando a través de la mejora de la eficiencia energética de las instalaciones y el ahorro del consumo de agua, entre otras iniciativas que ya se multiplican en las ocho provincias.

Andalucía quiere ser referente mundial como destino sostenible en sus vertientes social, ambiental y económica partiendo de una apuesta definitiva por el territorio que va más allá de la cifra de pernoctaciones y viajeros. En este nuevo ecosistema hacia el que avanza el modelo turístico andaluz, transitando de la masificación y fórmulas

anquilosadas del pasado hacia una mayor innovación y sostenibilidad en el presente y futuro, será imprescindible incorporar todo el potencial que conlleva la digitalización e inteligencia artificial para los negocios del sector con la finalidad de no dejar nunca de emocionar a los visitantes y estar a la altura de sus expectativas. Las iniciativas de base tecnológica han venido a complementar a una marca que tiene todos los ingredientes necesarios para crecer porque Andalucía ofrece un patrimonio monumental, playas paradisiacas y espacios naturales, fiestas de interés turístico, ocio inclusivo y una oferta deportiva al alcance de pocos destinos. De ahí que la serie histórica cierre cada año su mejor registro superando los 37 millones de visitantes en 2025 y que se haya logrado crear entre un 10 y 15% más de empleos, tal y como se recogía en el último balance de la Consejería de Turismo.

Andalucía representa ya casi el 19% del trabajo turístico de toda España y ocho de cada diez contratos son fijos, cuando hace una década el índice de temporalidad era superior al 40%. El turismo andaluz creció más en otoño e invierno que en el periodo estival, lo que evidencia que esta actividad tan importante para la región ha empezado a superar una de sus principales dolencias estructurales y evoluciona favorablemente en su cruda batalla contra la estacionalidad gracias al auge del segmento de interior en

Andalucía quiere ser un referente internacional del turismo sostenible que diversifique, desconcentre y desestacionalice un destino sólido y de calidad

los meses de frío. A pesar de las tensiones geopolíticas y la incertidumbre que genera el actual escenario internacional, el turismo andaluz, como el corcho que siempre sale a flote, ha logrado superar las adversidades y reinventarse en esta configuración de un nuevo ecosistema turístico. La industria se encuentra en un punto disruptivo en el que la digitalización y la calidad contribuyen a mejorar la forma de relacionarse en virtud de una transformación que promueve el equilibrio del mercado y favorece la convivencia entre turistas y residentes. El Trato Andaluz (The Andalusian Deal en inglés) permite ilustrar a la perfección el compromiso del sector con un nuevo marco en el que se establecen acciones para una gestión responsable, moderna y coordinada de la actividad turística hacia la que se orientará la promoción y comercialización futura.

Andalucía ha convertido al turismo en un motor global de valor, de sostenibilidad y de prosperidad compartida y ha llegado ese momento de repensar una industria desde la empatía y responsabilidad y sumando a la ecuación la identidad y hospitalidad como patrimonio y valor fundamental del destino al alza. De ahí la importancia de la nueva Ley de Turismo Sostenible, un marco legal que busca regular la actividad y asegurar su viabilidad a largo plazo, equilibrando ese crecimiento económico con la protección ambiental, equidad social y preservación cultural, el nuevo Código Ético del Turismo que marca los principios que deben guiar a las administraciones públicas y empresas y el análisis que llegará desde el Observatorio para la Sostenibilidad Turística. La marca Andalucía se está repositionando con las rompedoras campañas Andalusian Crush y Surrender to the Andalusian Crush y Fitur, la Feria Internacional del Turismo que se celebra del 21 al 25 de enero en Ifema, será un escaparate al mundo en el que volver a conquistar y sorprender a turoperadores de medio planeta y mercados más exigentes. El Plan de Acción del Turismo para 2026, con una inversión de más de 120 millones de euros, es el vehículo con el que empezar a materializar esa hoja de ruta andaluza.

Y desde el Gobierno, la Estrategia España Turismo 2030 contribuirá a identificar las



JOSÉ ÁNGEL GARCÍA

A través de 248 páginas, este anuario radiografía la evolución de una industria imprescindible para la creación de empleo y riqueza en la comunidad

oportunidades en los mercados orientando futuras acciones de promoción y apoyo a la comercialización y determinando las claves del posicionamiento ante las demandas que plantean los nuevos escenarios.

En la antesala de esta feria que alcanza su 46ª edición, Grupo Joly presentará el Anuario del Turismo Andaluz 2026, una publicación que radiografía la evolución en el último ejercicio de un sector imprescindible para la creación de empleo y riqueza en la comunidad. A través de sus 248 páginas, el nuevo volumen desgrana las grandes cifras y estadísticas de la marca andaluza y ofrece un completo recorrido por la oferta de

las ocho provincias. Ha sido elaborado por los profesionales de las diez cabeceras que vertebran la región, algo que sólo está al alcance de un grupo que lleva décadas informando con el máximo rigor sobre la actualidad de un sector que tiene un impacto superior a los 30.000 millones de euros y que ha conseguido descubrir y posibilitar una oferta turística alternativa a la vacacional tradicional con un modelo más equilibrado y sostenible que permite desestacionalizar.

Este año, además, las empresas turísticas de la comunidad, y las que han consolidado su presencia en la región, cuentan con un nuevo referente informativo del Grupo Joly, que ha puesto en marcha el primer diario económico andaluz bajo la denominación 'El Conciso'. La presentación del Anuario tendrá lugar el 20 de enero en el Real Casino de Madrid a las 20:00 horas y a partir de ese momento estará en las páginas web de las once cabeceras del Grupo Joly. La publicación, que vuelve a ser coordinada por el periodista Pablo Laynez, cuenta con las opiniones y análisis de los protagonistas del sector y hace un recorrido exhaustivo por el abanico de posibilidades que engloba esta tierra en capítulos dedicados a la costa, el interior y la cultura, ocio y gastronomía.

La vuelta a la normalidad en el comportamiento del mercado, unido a profundos cambios estructurales derivados de las tendencias demográficas, el calentamiento global, la disruptión tecnológica, la incorporación de nuevos destinos y propuestas empresariales y los cambios en los hábitos

de viaje obligan a multiplicar los esfuerzos por afrontar los desafíos pendientes. Retos que se describen en esta tercera edición del Anuario del Turismo Andaluz a través de la reflexión y el diálogo de sus interlocutores y el estudio de sus claves y resultados durante 2025.





Estrategia Turismo España 2030: cómo llevar al turismo al siguiente nivel

**Jordi Hereu**
Ministro de Industria
y Turismo

Nun escenario internacional que vive cambios vertiginosos, con una profunda reformulación de las alianzas comerciales y el despertar de nuevas tensiones geopolíticas, resulta esperanzador que un sector logre la proeza de superarse a sí mismo año tras año. La industria turística atraviesa su momento más feliz del primer cuarto de este siglo XXI. El turismo es hoy un extraordinario y consolidado motor de progreso en una gran parte del mundo. En España, potencia global en tradición, innovación y transformación turística, el sector es una de las piedras angulares que afianzan nuestro sobresaliente crecimiento económico (cerca del 12,5% de nuestro Producto Interior Bruto es imputable a la actividad turística), el auge de nuestro mercado laboral y la cada vez más justa redistribución de la riqueza nacional entre territorios y ciudadanos.

Si 2023 fue el año de la recuperación plena tras la pandemia, y 2024 el del crecimiento cualitativo, 2025 ha sido el año que consolida el cambio de paradigma del modelo turístico y sitúa a la principal industria de nuestro país en el centro de las prioridades de la agenda política.

Tras un enriquecedor y plural proceso de deliberación que contó con la participación de los principales actores del sector, tanto públicos como privados, en octubre el Gobierno aprobó la Estrategia Turismo 2030. Desde entonces, podemos asegurar que España cuenta con una de las hojas de ruta más ambiciosas y avanzadas para gobernar el turismo entre los países desarrollados.

Un auténtico compromiso de país con la triple sostenibilidad (económica, social y medioambiental), con el crecimiento equilibrado e inclusivo, con la generación de

2025 ha sido el año que consolida el cambio de paradigma del modelo turístico y se sitúa en el centro de las prioridades de la agenda política

oportunidades y la cohesión territorial y, sobre todo, con un aspecto crucial para el presente y el futuro del sector: la necesidad de situar a las personas en el centro de las políticas turísticas.

Gracias al impulso que proporciona la Estrategia Turismo 2030, al despliegue final de los fondos UE destinados a financiar proyectos relacionados con turismo, a la solidez de un crecimiento ininterrumpido y equilibrado del mercado turístico y a la implementación de los nuevos avances tecnológicos, especialmente la inteligencia artificial, en los próximos años asistiremos a una auténtica revolución en la industria turística, de la que España será, sin duda, protagonista principal.

Nuestro país, que ya era uno de los centros neurálgicos de la gobernanza turística mundial, ha reforzado esta posición preeminente en 2025 con la decisión del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), la principal organización que representa al sector privado del turismo a escala global, de trasladar su sede central de Londres a Madrid. Una decisión que se materializará a lo largo de este 2026 y que supondrá convertir la capital, y por extensión a toda España, en el clúster mundial de la gobernanza turística ya que se integrarán voz privada y pública; hay que subrayar que Madrid acoge, desde su creación en 1975, la sede de ONU Turismo, organismo de Naciones Unidas que es la principal institución internacional en el ámbito del turismo, y que además en el año en curso cambiará de ubicación dentro de la capital a un nuevo emplazamiento más moderno y con mayor visibilidad.

Siguiendo la estela de las buenas noticias, este 2025 hemos conmemorado aniversarios importantes de actores que son y seguirán siendo fundamentales para la gobernanza del turismo, tanto en España como en el exterior. En el mes de mayo, en La Granja (Segovia), tuvo lugar la 123^a reunión del Consejo Ejecutivo de ONU Turismo, una cita internacional que sirvió, además de para elegir a la nueva secretaria general, para celebrar el medio siglo de vida de este organismo. Mi colega emirati Shaikha Al Nowais, cuyo nombramiento al frente del organismo ratificamos todos los países en la asamblea general celebrada en Arabia Saudí en noviembre, será la encargada de dirigir la organización en una prometedora etapa repleta de desafíos para los que, reitero, contará con todo el apoyo logístico (Toledo acogerá en junio de 2026 la reunión del 126^a Consejo Ejecutivo) y diplomático del Gobierno de España.

Además, a finales de año pasado, tuve el honor de clausurar en Valencia los actos de celebración del 40º aniversario de la creación de Turespaña, organismo adscrito al Ministerio y responsable de la promoción de España como destino turístico en el mundo. Turespaña ha sido, durante estas



cuatro décadas, todo un ejemplo de servicio público orientado a hacer de España un país líder y referencia internacional en turismo, atrayendo al turista foráneo y adaptando la promoción y las estrategias en función de cada etapa y momento histórico, como ha sido el caso en 2025 con la campaña 'Think you know Spain, Think again' y su objetivo el de poner valor la España de interior.

En los próximos años, cruciales para la configuración del nuevo ecosistema turístico, Turespaña será más que nunca el organismo sobre el que pivotará la promoción de nuestro país como un destino turístico sostenible, sin dejar de mirar -como siempre ha hecho- al turista internacional, pero desde una cosmovisión más familiar, desde la mirada del residente.

Y de un aniversario que acabamos de conmemorar, a otro que ya se atisba en el horizonte. Paradores, institución que cumplirá cien años de existencia en 2028, ha reforzado su posición como buque insignia de la hostelería pública de calidad. En 2025 la red -que ya cuenta con 98 establecimientos- ha crecido con un nuevo parador, el de Molina de Aragón (Guadalajara), que abrió sus puertas en el mes de mayo. Una inauguración que, junto al despliegue de una ambiciosa inversión de 250 millones de euros en los próximos años, viene a fortalecer un modelo público que contribuye a la cohesión territorial, a la recuperación del patrimonio histórico-artístico y a la preservación y disfrute de los espacios naturales.

El año 2025 también será recordado como el de la puesta en marcha -a través de Segittur, sociedad mercantil para la innovación turística dependiente del Ministerio-

de la Plataforma Inteligente de Destinos (PID), una herramienta del sector turístico que permite disponer de una infraestructura pública digital que permite optimizar la oferta turística, a la vez que habilita herramientas para la colaboración público-privada y facilita a las pymes conocer mejor el perfil del visitante para adaptar la oferta y conseguir una experiencia más satisfactoria del visitante.

No quisiera dejar de referirme, en un balance anual como este, a un aspecto fundamental de nuestro éxito. Aunque, afortunadamente, hayamos dejado por fin atrás



la obsesión cuantitativa, las estadísticas nos siguen ayudando a poner de manifiesto nuestro extraordinario desempeño como potencia turística.

Aunque no contamos todavía con las cifras oficiales, las proyecciones elaboradas por el Ministerio de Industria y Turismo adelantan que España cerrará 2025, con casi total seguridad, con 97 millones de turistas internacionales, que habrán gastado en nuestro país alrededor de 134.000 millones de euros. Se cerrará el ejercicio además con aproximadamente 2,7 millones de afiliados en alguna de las ramas del sector turístico, máximo histórico desde que hay registros.

Estos datos consolidan la tendencia de crecimiento del gasto en destino por encima del incremento en el ritmo de las llegadas, algo más moderado en este 2025 que el pasado año, y afianzan la apuesta del Ministerio por un nuevo modelo turístico, basado en priorizar la calidad frente a la cantidad, desconcentrar y desestacionalizar los destinos y diversificar la oferta.

Tampoco quiero olvidarme en este repaso del año que acabamos de dejar atrás de Andalucía, una de nuestras comunidades autónomas con mayor proyección turística internacional. La previsión de nuestro servicio estadístico es que Andalucía acabe el año con un récord de casi 20.000 millones de gasto y alrededor de 14 millones de turistas, lo que convierte a la región en una de las principales responsables del gran momento que vive el fenómeno turístico en nuestro país.

Andalucía es, además, la comunidad con mayor peso de afiliados en el sector turístico respecto al conjunto del país (un 17,6%). En noviembre de 2025, último mes con datos oficiales, alcanzó un nuevo máximo histórico: 326.000 afiliados, un 3,1% más que en 2024, de los cuales 265.000 son trabajadores asalariados. También quisiera felicitar a la Semana Santa de Baena, en Córdoba, por haber conseguido en 2025 el galardón de Fiesta de Interés Turístico Internacional, distinción honorífica concedida por el Ministerio a festejos de especial valor cultural, tradición popular y atractivo turístico.

Me gustaría acabar con una reflexión de fondo. Tanto las administraciones públicas como las empresas tenemos el deber de aprovechar la excepcional coyuntura que atraviesa el sector turístico para afianzar y extender las conquistas económicas y sociales que esta industria genera. Nuestra es la responsabilidad de alumbrar políticas inteligentes que contrarresten las externalidades negativas que, en ocasiones puntuales, suscita la actividad turística. Buena parte de los retos que afronta el turismo

son globales, pero sus repercusiones son en gran medida locales.

Hacer compatible el auge del turismo con la lucha contra el cambio climático, armonizar la convivencia entre residentes y visitantes, aliviar la carga de los destinos maduros o frenar el encarecimiento de determinados bienes esenciales como la vivienda son desafíos que nos interpelan a todos. Gobernar el turismo es comprometerse con la búsqueda de soluciones valientes y efectivas a situaciones que demandan la acción energética de los poderes públicos. Con optimismo, pero sin triunfalismos, desde el consenso y la responsabilidad de país, lo lograremos.



Turismo andaluz: el liderazgo de un modelo maduro

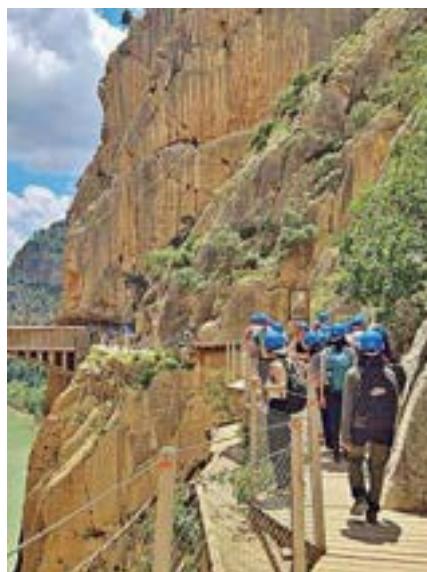


Juanma Moreno

Presidente de la Junta de Andalucía

El turismo en Andalucía atraviesa uno de los momentos más sólidos, maduros y transformadores de su historia. El balance del año 2025 permite afirmar, con datos objetivos y con una visión estratégica de largo alcance, que Andalucía ha consolidado un modelo turístico más rentable, más equilibrado y comprometido con su territorio y con su gente. No se trata solo de cifras récord, sino de una forma distinta de entender el crecimiento y la gestión pública de una industria clave para el desarrollo económico y social de la comunidad. Esta actividad, además de palanca para la economía, ha evolucionado hasta convertirse también en un factor decisivo para la cohesión territorial y social, para fijar la población en el territorio y combatir la despoblación.

Durante décadas, el éxito turístico se midió casi exclusivamente en número de visitantes. Ese enfoque ha quedado atrás. Andalucía ha impulsado una nueva política turística que apuesta por un crecimiento moderado de la demanda y por un avan-



ce mucho más intenso en empleo, ingresos y calidad. Las previsiones para 2025 confirman que los ingresos turísticos superarán por primera vez los 30.000 millones de euros y que más de medio millón de andaluces trabajan ya en esta actividad.

Son cifras históricas que reflejan un sector más eficiente, más competitivo y con mayor capacidad para generar bienestar.

Este cambio no es casual. Responde a una estrategia clara impulsada por el gobierno andaluz, basada en la planifica-

ción, la estabilidad institucional y la colaboración con el sector. Andalucía ha demostrado que es posible crecer sin tensión, diversificar sin perder identidad y atraer visitantes sin comprometer la convivencia ni el equilibrio territorial. El turismo deja de ser una actividad medida solo en volumen para convertirse en un verdadero motor de progreso compartido.

Uno de los elementos clave de este nuevo modelo es la transición hacia un turismo regenerativo. Un enfoque que entiende que la actividad turística debe devolver al territorio y a los ciudadanos parte del valor que genera. Andalucía ha logrado que los beneficios de esta industria reviertan en mayor medida en las comunidades locales y en los residentes. El turismo ya no es percibido como un fenómeno ajeno, sino como una oportunidad para mejorar los entornos urbanos, naturales y culturales.

En este sentido, la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior ha invertido más de 340 millones de euros en la mejora de municipios y en la conservación del patrimonio natural y cultural. Estas inversiones refuerzan infraestructuras, protegen espacios singulares y elevan la calidad de vida de quienes viven en ellos. El turismo contribuye así a preservar lo que nos define, a cuidar nuestros paisajes y a poner en valor nuestra historia, tanto para quienes nos visitan como para quienes forman

parte de Andalucía. Este retorno social es hoy uno de los principales indicadores de éxito de la política turística andaluza.

El año 2025 es histórico también por el impulso normativo que marcará el futuro del sector. La presentación de la futura Ley del Turismo Sostenible de Andalucía, que se aprobará en 2026, supone un paso decisivo hacia un marco moderno, equilibrado y adaptado a los retos actuales. Es una ley diseñada para anticipar escenarios, ordenar el crecimiento y reforzar la sostenibilidad en todas sus dimensiones, desde una visión integral y realista del turismo contemporáneo.

Se trata de una ley municipalista, que reconoce el papel esencial de los ayuntamientos y de los territorios en la gestión del turismo. Otorga a los municipios herramientas para decidir, planificar y proteger su modelo, desde el conocimiento cercano de su realidad social, económica y ambiental. Es también una ley europeísta, alineada con las directrices de la Unión Europea en materia de sostenibilidad, digitalización, gobernanza y cohesión so-

Andalucía impulsó una política turística que apuesta por el crecimiento moderado de la demanda y por un avance intenso en empleo, ingresos y calidad

cial, lo que refuerza la posición de Andalucía como un destino fiable y alineado con los valores comunitarios.

La norma sitúa a las personas en el centro de la política turística. Es una ley pensada también para los residentes, para los andaluces. Atiende la generación de empleo, la mejora de las condiciones laborales, la formación continua y la atracción del talento como pilares del futuro del sector. Reconoce que la competitividad turística depende en gran medida del capital humano y del orgullo profesional de quienes trabajan cada día para ofrecer una experiencia excelente. El turismo solo es sostenible si genera oportunidades reales y si mejora la vida cotidiana de la ciudadanía.

Este marco se completa con el impulso de Andalucía Nexus, el proyecto estratégico que actúa como el cerebro de la transformación turística de la comunidad. Andalucía Nexus integra datos, innovación, formación y sostenibilidad para mejorar la toma de decisiones públicas y privadas. Permite anticipar comportamientos, gestionar flujos, evaluar impactos y diseñar políticas más eficaces. Gracias a esta iniciativa, Andalucía se sitúa en la vanguardia del turismo inteligente, con una visión basada en el conocimiento y en la cooperación entre administraciones, empresas y destinos.



En este contexto nace la campaña El Trato Andaluz, una iniciativa pionera que representa un cambio profundo en la forma de entender la relación entre turismo y sociedad. No es un spot ni un simple mensaje promocional. Es un compromiso social que establece un verdadero contrato de convivencia entre residentes y visitantes. Un acuerdo implícito para cuidar lo que somos, proteger la convivencia y reforzar el estilo de vida andaluz como uno de nuestros principales valores diferenciales.

El Trato Andaluz forma parte de una es-

trategia más amplia. Se apoya en la futura Ley del Turismo Sostenible, en el Compromiso Ético del Turismo y en el Observatorio para la Sostenibilidad Turística Local. Todo el sistema se articula bajo cuatro principios claros: hechos y datos como base de la gestión pública, convivencia y hospitalidad como valores compartidos, corresponsabilidad entre administraciones, sector y ciudadanía, y confianza como elemento central de la relación con el visitante.

Esta campaña surge de un proceso de escucha activa y de una gestión moderna del turismo. Parte de una idea sencilla y profunda: el turismo funciona cuando mejora la vida del residente y emociona al visitante. Cuando genera respeto, orgullo y pertenencia. Cuando suma al territorio y fortalece su identidad sin renunciar a su autenticidad.

En definitiva, hemos demostrado que otra forma de gestionar el turismo es posible. Una forma responsable, ambiciosa y centrada en el interés general. Los resultados de 2025 avalan esta política y consolidan a Andalucía como un referente nacional e internacional. Este año histórico no es un punto de llegada, sino la confirmación de un camino bien trazado que garantiza que el turismo seguirá siendo sinónimo de empleo, progreso y bienestar para Andalucía y para los andaluces.

Un año de récord para el turismo



Málaga sigue siendo la provincia que más visitantes atrae.

El número de turistas que visitó Andalucía en el tercer trimestre de 2025 superó los 13,8 millones, según los resultados de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza trimestralmente el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), lo que supone un aumento de un

El 86,3% de los turistas que visitaron Andalucía lo hicieron por vacaciones y ocio, el 10,4% para visitar a familiares y amigos, el 0,7% por trabajo y el 2,6% restante alegaron otras motivaciones.

En el tercer trimestre de 2025, el 49,2% de los viajeros se alojó en establecimientos hoteleros, mientras que el 43,1% utilizó apartamento, piso o chalet.

Por otra parte, la estancia media, o número de días que por término medio permanece un turista en Andalucía, se situó en 7,7 días, un 7,2% menos que un año antes, lo que supone 0,6 días menos que en el mismo período del año anterior.

En cuanto a la distribución de los turistas por provincias, Málaga concentró el 29,1% de los mismos, seguida de Cádiz, Huelva y Sevilla con el 21,7%, 12,1% y 11,5%, respectivamente.

El gasto medio diario que realizaron los turistas en Andalucía en el tercer trimestre se estima en 90,77 euros por turista, cifra que es mayor en un 7,2% a la del mismo trimestre del año anterior. La procedencia del turista establece diferencias en este gasto, que varía desde los 72,15 euros al día que gastaron los turistas de Andalucía hasta los 136,71 euros que gastaron los procedentes del resto del mundo.

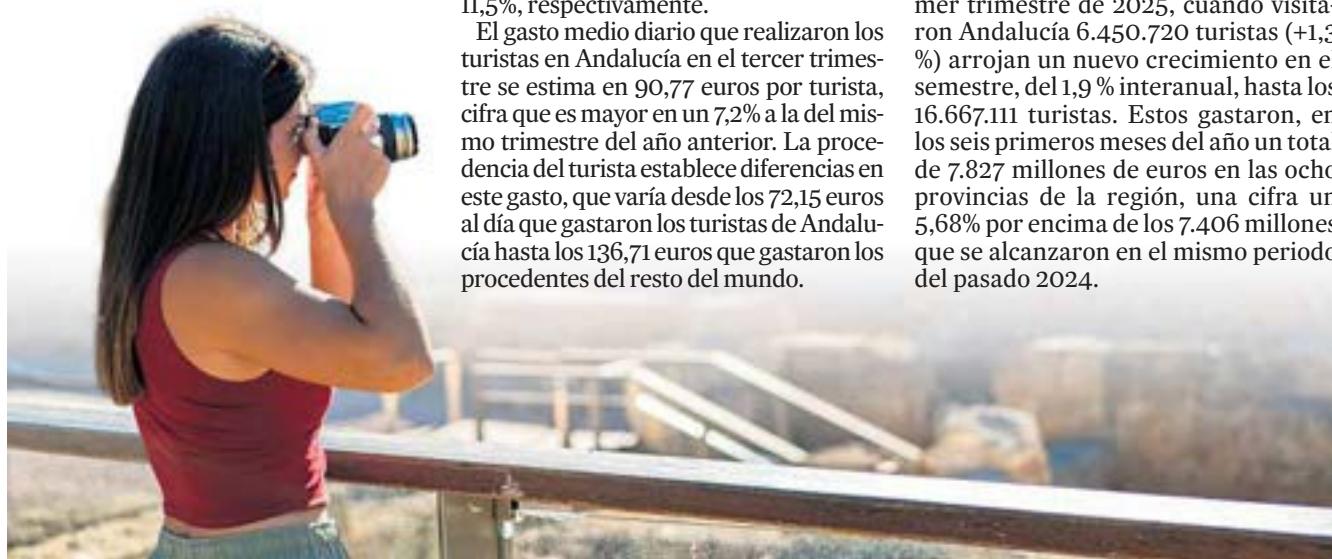
En cuanto a la valoración de uno a diez del viaje realizado, los turistas que visitaron Andalucía durante el trimestre concedieron un 8,9 a su estancia en la región. Las provincias más valoradas fueron Jaén, con un 9,4, y Sevilla y Córdoba, con un 9,2 cada una.

Y es que los datos generales del año, arrojan la conclusión principal de que el crecimiento del flujo de visitantes a la región es constante. La comunidad andaluza sigue acumulando cifras récord en este 2025, en cuyo primer semestre recibió 16,6 millones de turistas, lo que supone un incremento del 1,9% respecto al mismo periodo del año anterior. En el segundo trimestre de este año, el número de turistas que visitó Andalucía superó los 10,2 millones, lo que supone un aumento de un 2,4% con respecto al mismo trimestre del pasado año. Estas cifras, unidas a las del primer trimestre de 2025, cuando visitaron Andalucía 6.450.720 turistas (+1,3%) arrojan un nuevo crecimiento en el semestre, del 1,9 % interanual, hasta los 16.667.111 turistas. Estos gastaron, en los seis primeros meses del año un total de 7.827 millones de euros en las ocho provincias de la región, una cifra un 5,68% por encima de los 7.406 millones que se alcanzaron en el mismo periodo del pasado 2024.

Andalucía

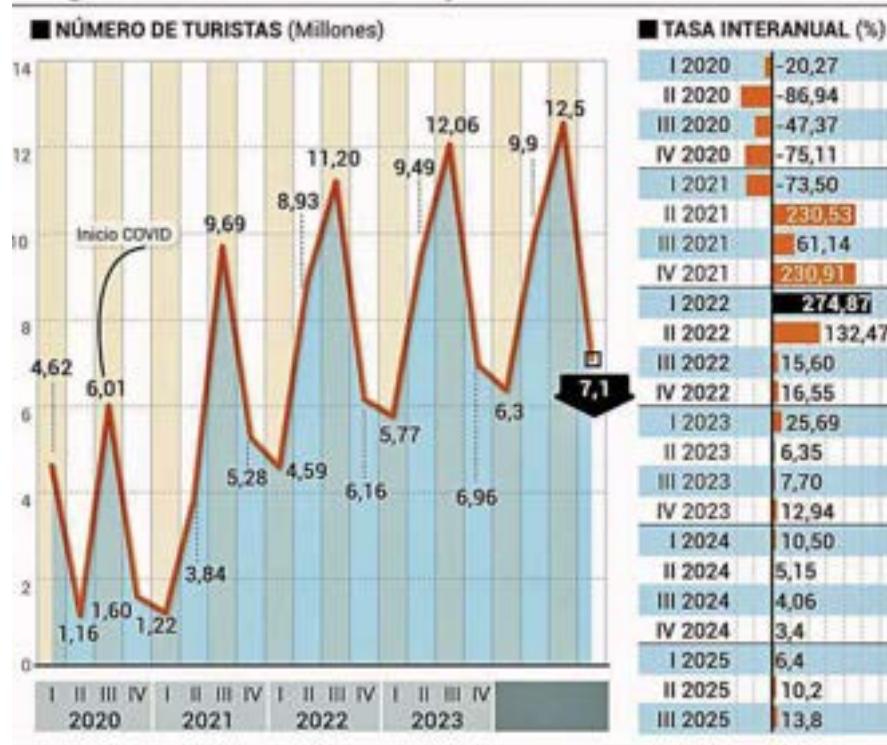
10,3% con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Durante este período, de los turistas que llegaron a Andalucía, el 31,9% eran andaluces, el 36,9% eran del resto de España, el 22,3% procedían de la UE excluida España y el 8,9% del resto del mundo.



Una turista con su cámara de fotos.

Llegada de turistas a Andalucía por trimestres



FUENTE: IECA. GRÁFICO: Dpto de Infografía.

Escuchar y colaborar para dar un impulso al sector

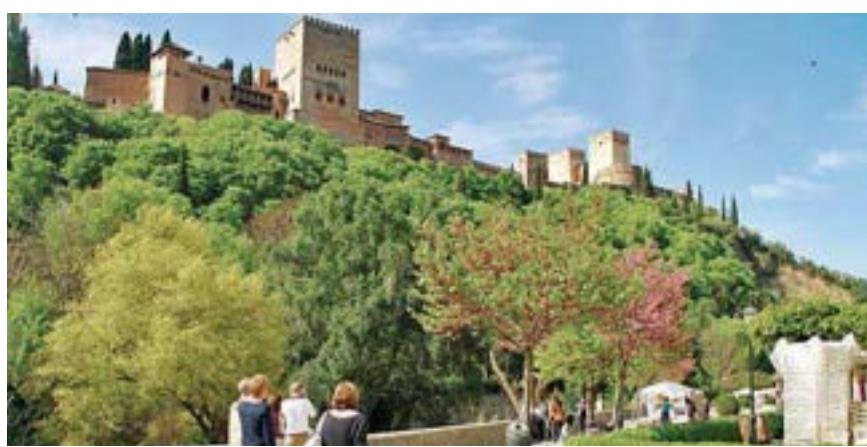
El consejero de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, Arturo Bernal, presentó el Plan de Acción del Turismo, una hoja de ruta que tiene como base el trabajo conjunto del ecosistema turístico y la innovación turística.

Así lo subrayó en su intervención durante la primera edición de 'The Key Andalucía Summit', un encuentro profesional organizado por Turismo Andaluz que busca convertirse en un punto de referencia para el turismo. "Un foro donde todos podemos construir juntos la Andalucía turística del futuro", valoró.

"Si algo define al turismo andaluz es su hospitalidad, su vocación de colaboración y una forma de trabajar basada en la cogeranía, donde cada actor suma para avanzar y for-

talecer nuestro destino. Hablar de turismo andaluz es hablar también de ese "trato andaluz": una manera única de recibir, de acompañar y de construir confianza con quienes nos visitan", insistió.

El consejero puso en valor que 'The Key Andalucía Summit' nace con el propósito claro de crear un punto de encuentro anual donde podamos alinear esfuerzos, compartir estrategias, fijar prioridades comunes y mirar al futuro con una hoja de ruta compartida.



Visitantes caminan por el granadino Paseo de los Tristes, a los pies de la Alhambra.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

PRIMER TRIMESTRE 2024: 6,5

2T: 5,1

3T: 8,3

4T: 5,2

Gasto medio (en euros)

PRIMER TRIMESTRE: 80

2T: 81,23

3T: 84,71

4T: 82,9

Tipo de alojamiento (%)

Hotel: 60,4%.

Apartamentos turísticos: 50,3%.

Campings: 34,5%.

Alojamientos rurales: 8,9%.

Albergues: 6,3%.

Opinión de los turistas

Nota media: 9,1

"Cuando Andalucía trabaja unida, multiplicamos nuestro potencial", dijo a la par que incidió que, ante los cambios profundos de la actualidad, "Andalucía tiene como ventaja una industria madura, profesional y con una enorme capacidad para adaptarse, innovar y anticiparse".

"Este encuentro existe para que el Plan de Acción de Turismo tenga un espacio donde aterrizar, enriquecerse y orientarse hacia lo que realmente necesita el destino. Un turismo competitivo se diseña así: escuchando, colaborando y trabajando juntos. Un espacio para recordar que Andalucía es un destino fuerte cuando avanzamos de manera coordinada".

El Plan de Acción sitúa al turismo como motor de transformación de Andalucía y define una estrategia que refuerza la sostenibilidad, la innovación, la conectividad y la cogeranía del sector. Con una marca consolidada a nivel internacional, Andalucía se posiciona co-

mo escenario de grandes hitos con impacto directo en el crecimiento económico y el empleo.

La estrategia se consolida mediante la innovación a través de NEXUS, la plataforma central de innovación turística de Andalucía. El plan impulsa acciones basadas en IA y Big Data para destinos y pymes, integrando tecnología avanzada en la toma de decisiones y fortaleciendo la competitividad del territorio.

Arturo Bernal. Consejero de Turismo y Andalucía Exterior



“El año 2025 apunta a ser el mejor de la historia del turismo en Andalucía”



Pablo Laynez

ANDALUCÍA no tiene freno. El turismo se ha consolidado como una de las industrias principales de la región y la Junta hace una apuesta por un crecimiento moderado, respetuoso y sostenible. El turista no sólo busca ya sol y playa, sino que acepta con agrado las múltiples actividades que ofrece una tierra envidiable por muchos motivos.

—Finalizado el 2025, toca hacer un balance del año.

—Aunque aún no contamos con los datos oficiales de cierre, todo apunta a que 2025 será el mejor año de la historia del turismo en Andalucía, no tanto por el crecimiento del número de visitantes, que será moderado, sino por su mayor impacto positivo en la economía y en el

“Nuestra última campaña, El Trato Andaluz, poniendo en valor la convivencia entre turismo y ciudadanía”

empleo. Andalucía se consolida como la comunidad que más empleo turístico genera en España, tanto en temporada alta como en temporada baja. Ha sido un año marcado por una mejor gestión de los flujos turísticos, tanto en el tiempo como en el territorio, y por una distribución más equilibrada de los beneficios del turismo, que alcanzan cada vez a más municipios andaluces. Además, avanzamos hacia un modelo más compatible con la vida cotidiana de los residentes, un enfoque que hemos reforzado con nuestra última campaña, El Trato Andaluz, poniendo en valor la convivencia entre turismo y ciudadanía.

—¿Las perspectivas son buenas de cara a 2026?

—Si el contexto internacional no nos depara sorpresas negativas, las perspectivas para 2026 son muy positivas. Será un año especialmente relevante porque contaremos con un hito normativo clave: la aprobación, a comienzos de la primavera, de la Ley de Turismo Sostenible de Andalucía. Se trata de una ley diseñada para garantizar la sostenibilidad turística en sus cuatro vertientes fundamentales: social, económica, medioambiental y de gobernanza. Entendemos la sostenibilidad como la aspiración legítima de que todos los actores del ecosistema turístico, incluidos los residentes, vean cumplidas sus expectativas. En ese sentido, el andaluz se sitúa en el centro del modelo turístico que estamos construyendo.

—Su clima, su cultura, sus playas, su montaña, su infraestructuras... An-

dalucía tiene todos los encantos que demanda el turista.

-Andalucía reúne una combinación única de atributos que demanda el turista actual: un clima privilegiado, un patrimonio cultural excepcional, playas de referencia internacional, espacios naturales y de montaña de enorme valor, y una red de infraestructuras moderna y competitiva. Esa diversidad nos permite ofrecer experiencias para todos los perfiles, durante todo el año y en todo el territorio, reforzando nuestra posición como uno de los destinos más completos y versátiles de Europa. Pero si me lo permite, creo que nuestro principal atractivo está en nuestra forma de entender la vida. Millones de visitantes se sienten atraídos por nuestro acervo, nuestras raíces y eso nos permite que compatibilicen mejor con los residentes pues lo que nos hace atractivos es ni más ni menos el cómo somos. Lo que atrae es lo que nos identifica como cultura y como pueblo.

-La puesta en valor y la apuesta de la junta por el sector está fuera de toda duda

-La puesta en valor del turismo y la apuesta firme de la Junta de Andalucía por este sector estratégico están fuera de toda duda. El turismo es un motor económico esencial para nuestra comunidad y así lo reflejan las políticas públicas, la inversión, la planificación estratégica y el diálogo constante con

“Andalucía ofrece certidumbre, estabilidad institucional y seguridad jurídica, factores decisivos para inversores y turistas”

el sector. Trabajamos con una visión a largo plazo, orientada a la calidad, la innovación y la competitividad. Quedaba una tarea pendiente y es que los beneficios del turismo revirtieran en las comunidades de residentes y eso lo estamos consiguiendo. En estos últimos cuatro años hemos invertido más de 340 millones de euros en cuidar de nuestros entornos urbanos y conservar el patrimonio cultural y natural de nuestra comunidad. El Turismo también repercute en mejorar la vida de los andaluces para que puedan disfrutar de sus municipios.

-Además, Andalucía apuesta por un turismo de calidad, sostenible y eficiente en cuanto a huella hídrica y de carbono



-Andalucía apuesta claramente por un turismo de calidad, sostenible y eficiente. Enfocamos la sostenibilidad desde cuatro vértices: social, económico, gobernanza y medioambiental. En este último hemos dado también pasos adelante especialmente en lo relativo a la huella hídrica y de carbono. Andalucía se ha incorporado en 2025 a la Declaración de Glasgow, que nos compromete a trabajar por un modelo turístico que sirva para paliar los efectos del cambio climático, al que Andalucía está especialmente expuesta. Estamos impulsando un modelo que prioriza la eficiencia de los recursos, la adaptación al cambio climático y la responsabilidad ambiental, sin renunciar al crecimiento económico ni al empleo. El objetivo es claro: seguir siendo líderes turísticos siendo, al mismo tiempo, un destino responsable.

-En un contexto general de cierto caos, la certidumbre y la estabilidad de la comunidad atrae al inversor y al turista.

-En un contexto internacional marcado por la incertidumbre e inestabilidad, Andalucía ofrece certidumbre, estabilidad institucional y seguridad jurídica. Estos factores resultan decisivos tanto para el inversor como para el turista, y refuerzan nuestra imagen como un destino fiable, competitivo y preparado para afrontar los retos del futuro.

-¿Qué espera de Fitur?

-Hemos cambiado la filosofía con la que acudimos a una gran feria internacional como Fitur. Hoy, la prioridad es clara: que las empresas andaluzas hagan negocio. Fitur es hoy una plataforma estratégica para generar oportunidades reales, cerrar acuerdos y fortalecer la presencia de nuestra oferta turística en los mercados nacionales e internacionales, siempre desde una perspectiva profesional y orientada a resultados.

Los mejores datos en dos décadas



La remozada Plaza Vieja de Almería, uno de los atractivos turísticos de la provincia.

ALMERÍA sigue creciendo como destino veraniego. En los meses de julio, agosto y septiembre (tercer trimestre del año) registró datos históricos de visitantes. Un total de

Almería

1.249.967 turistas eligieron la provincia para pasar unos días, según confirman los resultados publicados este jueves en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza trimestralmente el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Es la mayor cifra de visitantes desde el verano de 2005, el año en el que se celebraron los Juegos Mediterráneos, uno de los hitos más relevantes de la historia para la provincia.

Almería no tenía tantos turistas desde hace dos décadas, lo que habla muy bien del estado de forma del destino, al menos durante la temporada de verano. Para encontrar datos mejores que los de este año hay que remontarse al 2005, donde la provincia recibió 1.256.935 visitantes durante ese tercer trimestre. Es decir, apenas 7.000 personas más que en este 2025.

Aquel año de los Juegos Mediterráneos y los previos, Almería vivía una época dorada para su turismo. Al calor de un evento que iba a cambiar la ciudad para siempre, los turistas llegaban en masa atraídos por el Cabo de

Porcentaje de turistas por edad en el conjunto de Andalucía



FUENTE: IECA GRÁFICO: Dpto. de Infografía.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 6,3

2025 T2. 5,1

2025 T1. 5,3

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 71,5

2025 T2. 62,9

2025 T1. 73,6

*Fuente: IECA

los 1,2 millones de turistas en los meses de verano —el récord fue en 2004, con 1.348 millones—. Pero el destino almeriense sufrió con la crisis de 2008, como la mayoría, hasta tal punto que en el verano de 2010 apenas registró 712.000 visitantes. Y costó recuperarse: hasta 2015 no se volvió a superar la barrera del millón de personas.

Sin embargo, Almería aún se come una parte muy pequeña del pastel del turismo en la región de Andalucía. En el tercer trimestre de este año recibió solo el 9 % del total de turistas que visitaron la comunidad andaluza, siendo la sexta provincia en este aspecto, tan solo por encima de Córdoba (3,7 %) y Jaén (2,5 %). En cabeza se encuentra Málaga, con casi el 29,1 % y más de 4 millones de personas.

Gata, los grandes hoteles playeros del Poniente y el Levante y otros muchos encantos de una provincia aún desconocida para la mayoría. Eran tiempos de bonanza económica y desde 2002 hasta 2005 siempre se sobrepasaron

Récord de pernoctaciones en mayo



El tráfico de cruceros ha crecido este 2025 en Cádiz.

La provincia de Cádiz ha alcanzado este 2025 su particular récord de pernoctaciones hoteleras de turismo nacional en un mes de mayo, superando las 490.000 pernoctaciones de turismo nacional (491.619 pernoctaciones en total) y estableciendo el récord también de estancia media en hoteles del turismo residente en España (2,4 noches de estancia media).

Así se refleja en los datos oficiales provisionales facilitados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) y analizados por el Patronato Provincial de Turismo de la Diputación Provincial de Cádiz, en los que puede consultarse cómo la provincia de Cádiz supera por segunda vez desde que hay registros la barrera de los 300.000 viajeros y la cifra de 800.000 pernoctaciones en lo referente a ocupación hotelera. La primera vez fue el año pasado, 2024, que fue un año de récord. La estancia media de ocupación hotelera, contando viajeros nacionales e internacionales, se cifra en 2,9 e iguala la mejor cifra histórica de la serie en este sentido. Es la primera vez que este registro crece desde el año 2018 si se obvian los datos de 2020, que no fueron representativos por las restricciones derivadas de la pandemia de la Covid-19.

La provincia de Cádiz, además, se ha erigido como líder en recepción de campistas en el mes de mayo en 2025 en toda Andalucía. Ha sido la provincia que más campistas ha recibido (40.838) en mayo, superando a Málaga (33.025) y Huelva (29.610). Lidera también en número de campistas na-

cionales. Sin embargo, ocupa la tercera posición en cuanto a número de pernoctaciones.

En lo referente a datos de ocupación de apartamentos turísticos, la provincia de Cádiz se sitúa en tercera posición en Andalucía con 29.978 personas que han pernoctado en este tipo de alojamiento en el mes de mayo, lejos de Sevilla (más de 55.000 personas) y Málaga (más de 117.000). Es la segunda vez que se superan las 80.000 pernoctaciones en un mes de mayo en este tipo de alojamientos en la provincia de Cádiz (82.468 en total) y la subida en la estancia media de este perfil de visitantes deja un buen dato:

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 4,0
2025 T2. 3,7
2025 T1. 3,4

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 93,5
2025 T2. 98
2025 T1. 84

aunque han visitado la provincia 3.500 viajeros menos, se han registrado casi las mismas pernoctaciones que en el mes de mayo de 2024.

Respecto a alojamientos de turismo rural, la provincia de Cádiz ha cosechado un aumento de la estancia media en el mes de mayo hasta las 2,28 noches

por viajero, y el grado de ocupación ha aumentado un 12% respecto al año anterior, siendo la segunda provincia andaluza con mayor grado de ocupación en alojamientos de turismo rural en el mes de mayo. El número de pernoctaciones ha aumentado casi un tercio (un 32,92%) respecto a mayo de 2024. Si

Cádiz

en el quinto mes de 2024 se registraron en alojamientos rurales de la provincia 6.143 pernoctaciones, en este pasado mes de mayo fueron 8.104 las pernoctaciones realizadas por las personas que confiaron en alojamientos rurales gaditanos.

El vicepresidente cuarto de la Diputación Provincial de Cádiz y diputado provincial de Turismo, Germán Beardó, recalca "los magníficos datos turísticos" que ha cosechado la provincia de Cádiz en el mes de mayo, y destaca que "lo más positivo es que han crecido los datos más importantes para la sostenibilidad turística, como son el número de pernoctaciones y la estancia media. El objetivo del turismo en la provincia de Cádiz es ese: consolidar y mejorar la rentabilidad turística de nuestro destino sin caer en la saturación. Para eso es indispensable la desestacionalización, una mayor estancia media y, por ende, que aumente el número de pernoctaciones sin que tenga que suponer un aumento del número de visitantes".

Un patrimonio singural y único



Huelva continúa apostando por un crecimiento turístico sostenido y con proyección internacional.

LA Agencia Destino Huelva, en el balance turístico del 2025, destacó que “ha sido el año de la segmentación inteligente”. La provincia cerró la temporada estival con 1,67 millones de turistas, más de cuatro millones de pernoctaciones y un crecimiento del 7,4% en la Tarifa Media Diaria (ADR).

Durante el año, la Agencia participó en 23 ferias nacionales e internacionales y mantuvo más de 1.500 reuniones profesionales, impulsando alianzas operativas con operadores del Reino Unido, Portugal, Suiza y España. La campaña ‘Érase una vez Huelva’ reforzó la imagen del destino en grandes ciudades como Londres, Lisboa, Bilbao y Madrid.

La campaña ‘Érase una vez Huelva’ reforzó la imagen del destino en ciudades como Londres, Bilbao y Lisboa

Asimismo, se ha presentado el presupuesto de 2026, dotado con 1,6 millones de euros, financiados íntegramente por la Diputación de Huelva. Este estará destinado la mayor parte de los recursos a promoción turística, ferias, creación de producto, inteligencia turística y sostenibilidad. El Plan de Acción 2026 recoge más de un centenar de actuaciones centradas en reforzar la competitividad del destino y diversificar la oferta turística.

Estos datos fueron presentados por la Agencia Destino Huelva, en su Asamblea Anual en la sede de la Diputación Provincial. Según ha indicado la institu-

ción provincial, el acto contó con la participación del presidente de la Diputación, David Toscano, y de la presidenta de la Agencia Destino Huelva, Ana Delgado, encargada de exponer el balance anual y las líneas de planificación del próximo ejercicio.

Toscano abrió la asamblea subrayando que el presupuesto de la Agencia se elevará al Pleno del 3 de diciembre junto al presupuesto general de la institución, “con el objetivo de mantener una planificación turística aliñada con las prioridades provinciales”. Además, defendió el valor económico y social del turismo y recordó la singularidad del patrimonio natural y cultural de

Por su parte, la presidenta de la Agencia, Ana Delgado, centró su intervención en los objetivos del nuevo ejercicio, señalando la necesidad de apostar por productos exclusivos, segmentar mejor y afinar la promoción según cada perfil de visitante. Entre las prioridades destacó

Huelva

la transformación digital, con la puesta en marcha de la plataforma provincial de turismo inteligente, que permitirá avanzar en la toma de decisiones basada en datos.

En el ámbito promocional, recordó que el plan incluye más de cien acciones y que se ha triplicado la inversión en marketing digital para mejorar el posicionamiento del destino en redes sociales.

También anunció mejoras en la web oficial, incluida la incorporación de un chatbot turístico, y destacó la importancia de mantener presencia en ferias del sector y misiones comerciales nacionales e internacionales.

Durante el año, la Agencia participó en 23 ferias nacionales e internacionales y mantuvo más de 1.500 reuniones profesionales, impulsando alianzas operativas con operadores del Reino Unido, Portugal, Suiza y España. La campaña ‘Érase una vez Huelva’ reforzó la imagen del destino en grandes ciudades como Londres, Lisboa, Bilbao y Madrid.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 6,2
2025 T2. 4,4
2025 T1. 4,3

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 70
2025 T2. 55,2
2025 T1. 57,5

la provincia.

El presidente puso en valor el trabajo conjunto del sector público y privado y aseguró que la Diputación “seguirá acompañando al sector para consolidar a Huelva como un gran destino competitivo”.

La Mezquita recibió a 1,2 millones de personas en el primer semestre de 2025



Turismo en la mezquita de Córdoba.



FUENTE: IECA. GRÁFICO: Dpto. de Infografía.

CÓRDOBA cerró el primer semestre del pasado año con un balance que arroja unos datos positivos respecto al mismo período de año anterior. De este modo, durante los seis primeros meses del año, la Mezquita-Catedral recibió un total de 1.186.413 visitantes, cifra ligeramente superior a la del mismo ciclo del balance anterior, cuando se registraron 1.171.967 visitantes. Esto representa un aumento de 14.446 personas y un crecimiento del 1,23% en términos globales.

Del semestre caben destacar los siguientes aspectos: abril fue el mes con mejor comportamiento, registrando un incremento del 6,41% respecto al mismo mes de 2024, con un total de 277.050 visitas (16.678 visitantes), algo en el que seguramente influyó el hecho de que este año acogió la Semana Santa. En mayo se produjo un leve descenso del

mes del año anterior. Esta bajada podría atribuirse, en parte, a las fuertes lluvias y condiciones meteorológicas adversas que afectaron a la ciudad durante buena parte de sus días.

En cuanto a la visita nocturna, el Cabildo Catedral destaca que, al igual que la diurna, también cerraron el primer se-

Córdoba

mestre de 2025 con un ascenso del 1,77% en el número de visitantes, pasando de los 16.372 del pasado 2024 a los 16.662 del actual ejercicio. Este crecimiento se concentró principalmente en los tres primeros meses del año, mientras que en abril, mayo y junio las cifras descendieron ligeramente. Por su parte, la visita a la Torre Campanario experimentó un ligero descenso del 1,44% respecto al primer semestre del año anterior, alcanzando un total de 58.967 visitas, frente a las 59.826 registradas en 2024.

Así, los datos de visitantes durante el primer semestre mantienen una tendencia general de estabilidad, con 1.186.413 visitas a la Mezquita-Catedral, 58.967 a la Torre Campanario, y 118.792 a la Ruta de las Iglesias Fernandinas, lo que confirma un comportamiento sostenido y consolidado en los principales espacios del conjunto. El Cabildo Catedral continúa trabajando para ofrecer una experiencia cada vez más enriquecedora, accesible y respetuosa con el patrimonio.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 2,8

2025 T2. 2,6

2025 T1. 2,4

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 90,3

2025 T2. 91,3

2025 T1. 86,5

El mejor trimestre turístico en un lustro



El Paseo de los Tristes de Granada, a los pies de la Alhambra.



GRANADA y turismo siguen siendo un tandem que funciona. Tanto es así que la provincia ha registrado en el primer trimestre de 2025 su mejor dato de visitantes en los últimos cinco años, y el tercero mejor en la última década. Así lo demuestran los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, que realiza trimestralmente el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), y que ha sido publicada este martes. En total, 1.137.427 personas visitaron Granada entre los meses de enero y marzo de 2025.

Este número es el más elevado de los últimos cinco años en el mismo periodo, y supone un aumento del 2,6% de turistas respecto a hace justo un año (1.109.056 turistas en 2024). Además, los 1.137.427 turistas registrados en la

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 2,29

2025 T2. 2,15

2025 T1. 2,03

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 90,7

2025 T2. 89,2

2025 T1. 98

tos no han vivido la inyección importante de turistas que suele traer consigo la celebración de la Semana Santa, cuyas procesiones son motivo de atracción de miles de turistas durante su celebración. Al celebrarse del 13 al 20 de abril, será en los datos del segundo trimestre cuando estos sean cuantifica-

Granada

dos. Si lo comparamos con 2019, ese año ocurrió lo mismo, ya que la Semana Santa fue del 14 al 21 de abril, pero en 2018 esta fue del 25 de marzo al 1 de abril, por lo que sí entró en la estadística de visitantes.

El total de visitantes que acudieron a Granada en el inicio del 2025 representa el 17,6% del total de visitantes que vinieron a la comunidad autónoma andaluza a hacer turismo en el primer trimestre del año, que fueron un total de 6.450.720 personas, un 1,3% más que el año anterior. Esto convierte a Granada en la tercera provincia andaluza más visitada en los meses de enero, febrero y marzo. Por delante sólo aparecen Sevilla, con un porcentaje que ya supera en casi tres puntos porcentuales al granadino (20,5% y 1.324.510 turistas), y la provincia de Málaga, que lidera la comunidad con más de uno de cada cuatro visitantes llegando a la provincia vecina (28,5% y 1.841.494 turistas).

provincia de Granada en 2025 suponen el tercer mejor dato histórico de los últimos diez años. Sólo son superados por los guarismos del histórico año 2019 (1.211.361 turistas), y por las cifras de 2018 (1.154.929 visitantes). Cabe destacar que este 2025, los da-

Turismo sostenible y de experiencias



Turistas japoneses fotografiando girasoles en Carmona.

Gasto medio por turistas y tasa de variación

Almería	78,8	10,2 %	Almería	29,2
Cádiz	96,6	0,5 %	Cádiz	0,5 %
Córdoba	90,3	10,1 %	Córdoba	▲0,6 %
Granada	91,4	-0,6 ▼	Granada	7,4 %
Huelva	71,3	7,4 %	Huelva	6,1 %
Jaén	93,4	6,1 %	Jaén	6,1 %
Málaga	96,9	11,3 %	Málaga	▲11,3 %
Sevilla	89,8	8,7 %	Sevilla	8,7 %

FUENTE: IECA. GRÁFICO: Dato. de Infoorafía.

SOSTENIBILIDAD, experiencias auténticas, el lujo entendido como la exclusividad de lo artesano y la naturaleza marcan las tendencias actuales del turismo mundial. Los datos del Boletín Socioeconómico de la Provincia de Sevilla siguen, en mayor o menor medida, este patrón, por lo menos en el segundo trimestre del año, que es el período que recoge esta publicación de Prodetur basada en el INE (Instituto Nacional de Estadística). De hecho, aunque en valores absolutos el número de pernoctaciones ha aumentado un 1% con respecto a 2024 y se ha mantenido el incremento de llegada de viajeros extranjeros que visitan la provincia, los datos para los establecimientos hoteleros de abril a junio de este año han sido menores que los del mismo período del año pasado. Esta vez los turistas han preferido los alojamientos extrahoteleros, que han registrado un aumento del 9,39% respecto a las pernoctaciones, con una estancia media de 3,13 noches.

Las características de estas residencias se prestan a viajes con más tiempo donde es-

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. **3,2,8**

2025 T2. **2,8**

2025 T1. **2,9**

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. **90,8**

2025 T2. **86,2**

2025 T1. **83,4**

ta vivienda temporal permite mayor libertad a la hora de escoger las actividades, visitas e incluso horarios. La provincia apuesta por un turismo, verde y de interior donde la sostenibilidad y las experiencias son muy importantes. De hecho, en el conjunto de los pueblos sevillanos este sector supone ya el 20% del Producto Interior Bruto.

Según el INE en el segundo trimestre de 2025 los hoteles de la provincia de Sevilla

alojaron 1.045.683 viajeros, el año anterior fueron 1.091.087, un 4,16 por ciento menos que en el mismo periodo de 2024. Como en todos los parámetros, aquí también ha aumentado el número de turistas extranjeros, un 2,10 %, al tiempo que hay menos viajeros españoles, un 12,39%. Como con-

Sevilla

secuencia lógica, el número de pernoctaciones registró de abril a junio de 2025 una variación negativa de 1,03%, aún más acusada en el caso de los viajeros españoles, que desciende hasta el -10,08%. Los extranjeros, en cambio, aumentan sus noches de estancia en un 4,30%. Ahora bien, los turistas que llegaron se quedaron más tiempo en la provincia, con una estancia media de 2,07 noches, el año pasado fue de 2.01 de abril a junio. De nuevo, los extranjeros fueron los que pasaron más noches en Sevilla, 2,27 frente a la media de 1,77 de los españoles, la mayoría de ellos (37,20%) andaluces.

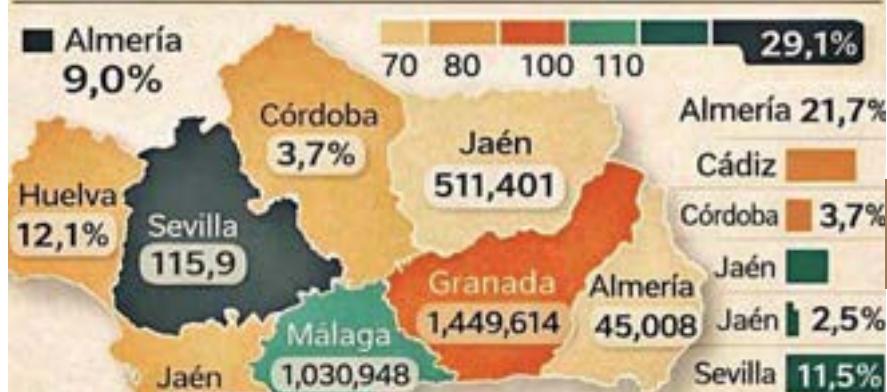
Donde se ha experimentado un mayor crecimiento es en los alojamientos de turismo rural. Según la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turístico del INE, los viajeros que se alojaron en alguna de las casas rurales de la provincia de Sevilla, aumentó un 14,77 % respecto del año pasado, con una variación interanual de los turistas extranjeros del 57,50%. Los viajeros españoles también subieron, un 3,77 %. Esto supone además un aumento en las pernoctaciones, un 61,70% para los extranjeros y un 41,87% para los españoles. En la provincia de Sevilla había registradas en el segundo trimestre de 2025 199 casas rurales.

Las pernoctaciones, al alza en 2025



Turistas en la Catedral de Jaén.

Porcentaje de turistas por destino y totales (Tercer trimestre 2025)



Pese a que los datos de los dos primeros trimestres del año invitaban a pensar que este 2025 sería un año de retroceso para el turismo de la provincia de Jaén, el sector está remontando. Lo demuestran las cifras ofrecidas en el último informe, el de octubre, del Sistema de Inteligencia Turística (SIT) de la Universidad de Jaén. El turismo jienense cerró octubre con luces y sombras. Aunque el número total de viajeros creció de forma moderada, las pernoctaciones registraron un avance mucho más intenso, impulsadas sobre todo por el boom de los apartamentos turísticos, que ya se consolidan como la opción más dinámica del mercado provincial.

Según los datos del SIT, Jaén recibió en octubre 75.591 viajeros, lo que supone un incremento interanual del 2,28 por ciento, mientras que las pernoctaciones alcanzaron las 140.544, con un crecimiento más sólido del 6,86 por ciento respecto a octubre de 2024. Esta evolución refleja estancias más prolongadas, pese a que la afluencia crece de manera más contenida. Y es

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 2,8
2025 T2. 2,7
2025 T1. 2,8

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 92
2025 T2. 90,7
2025 T1. 89

pel como columna vertebral del turismo provincial. Los 60.169 viajeros que se alojaron en un hotel en octubre suponen un incremento, con respecto al mismo mes de 2024, de un 1,47 por ciento. Además se dieron 105.038 pernoctaciones en los hoteles jienenses, lo que supone un 3,47 por ciento más.

Jaén

Por el contrario, los campings registran un descenso notable: 4.798 viajeros (-6,29 %) y 9.852 pernoctaciones (-3,09 %). Este retroceso se debe, principalmente, a la fuerte caída del turismo internacional en este tipo de establecimientos. La llegada de turistas de otros países decrece en general en todo tipo de alojamientos y atractivos turísticos jiennenses durante el pasado 2025.

El dato más llamativo del mes lo protagonizan los apartamentos turísticos, que experimentan un crecimiento extraordinario, más de un 30 por ciento en viajeros (8.410) y casi un 50 por ciento en pernoctaciones (20.799). El incremento se observa tanto en el turismo nacional como en el internacional, con estancias cada vez más largas, lo que confirma que este formato de alojamiento se ha convertido en uno de los principales motores sector turístico en Jaén.

Las cifras que deja el último informe del SIT arrojan que los últimos meses han servido para enmendar el mal inicio del año, hasta el punto de que el número total de visitantes (712.146) que se alojaron en la provincia de Jaén ya supera en más de un tres por ciento al de 2024.

una buena noticia porque precisamente en el número de pernoctaciones es donde más venía sufriendo la provincia este curso.

En el contexto nacional y andaluz, la provincia de Jaén muestra un avance más moderado en viajeros, pero superior en pernoctaciones, lo que refuerza la idea de un destino donde el visitante permanece más tiempo.

En cuanto al tipo de alojamiento elegido por los turistas, el hotelero mantiene su pa-

La provincia lidera el turismo regional



El aeropuerto de Málaga sigue siendo el que más flujo de visitantes recibe.

Estancia media de los turistas y tasa de variación

Almería	6,5	Cádiz	9,8	▲ 3,3%
Cádiz	1,8%	Córdoba	2,8	- 1,1%
Córdoba	► 0,5%	Granada	5,2	▲ 9,7%
Granada	9,7%	Huelva	8,3	▲ 9,8%
Huelva	8,3%	Jaén	2,7	▲ 14,2%
Málaga	6,4%	Málaga	6,4	- 0,2%
Sevilla	3,7%	Sevilla	3,7	5,6%

FUENTE: IECA. GRÁFICO: Dpto. de Infografía.

MÁLAGA se consolidó como el motor económico de Andalucía en 2025. La provincia lideró el crecimiento regional con un 4,0% interanual en el segundo semestre del año, impulsado principalmente por el sector servicios y la creación de empleo y pese a los signos de agotamiento latentes en el sector turístico.

Así se desprende del documento Previsiones Económicas de Andalucía realizado de manera semestral por la sociedad de estudios del Grupo Unicaja.

Si bien Analistas Económicos de Andalucía anticipan una ligera ralentización del crecimiento para todo el territorio andaluz, las previsiones apuntan a que la malagueña, con una suave desaceleración de 0,7 puntos porcentuales, cerró el año con un incremento del 3,7%, superando tanto la media regio-

nal (3,0%) como la nacional (2,8%).

12,5 millones, lastreadas por el descenso del 10,1% en la demanda nacional. Así, las noches de hotel de los residentes en España disminuyeron hasta 2,8 millones aproximadamente, mientras la de los internacionales aumentaron un 1,4% hasta las más de 9,6 millones.

Málaga

Asimismo, los viajeros alojados disminuyeron un 4,2%, aunque el turismo internacional mantuvo su pulso con más de 2,3 millones de turistas y un crecimiento del 0,7%. Con ello, la brecha entre viajeros patrios e internacionales se agudiza cada vez más, registrando los primeros una caída del 12,8% hasta los más de 1,1 millones de alojados.

Pese a ello y con una caída de 1,4 puntos porcentuales, Málaga mantiene el grado de ocupación hotelera más alto de Andalucía con un 60,2%, junto a Sevilla (58,1%). Con ello, la provincia supera ligeramente la media de España (58,9%) y de Andalucía (54%).

Respecto al tráfico aéreo, este sí registró datos positivos, con un 7,8% más de pasajeros entre enero y junio que en 2024 y representando dos tercios del total andaluz. En línea con los datos referidos de turistas extranjeros, de los casi 12,4 millones de pasajeros, en torno a 10,3 millones eran internacionales (+9%).

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2025 Trimestre 3. 6,5

2025 T2. 6,2

2025 T1. 7,7

Gasto medio (en euros)

2025 Trimestre 3. 95

2025 T2. 90,5

2025 T1. 80

*Fuente: IECA

nal (3,0%) como la nacional (2,8%).

El sector turístico, pilar de la economía malagueña, muestra signos de ralentización -datos del primer semestre-. Las pernoctaciones hoteleras cayeron un 1,5% entre enero y julio, hasta los

Fitur abre sus puertas a destinos de ensueño, como los de Andalucía



Espectacular imagen del pabellón de Andalucía, bajo la impresionante campaña 'Andalusian Crush'.

Pablo Laynez

LA Feria Internacional del Turismo, Fitur, quiere batir un nuevo récord de asistencia en esta cuarta semana del mes de enero. Con el año recién empeñado, miles de profesionales del sector y visitantes de todo el mundo se desplazan hasta Ifema Madrid, donde los destinos turísticos más destacados del panorama mundial muestran todo su potencial. Y ahí estará Andalucía.

La región volverá a mostrar todos los rincones de su geografía, que prenadan a todos los visitantes que cada año abarrotan municipios, provincias, playas, costas, montañas, calles, tiendas, restaurantes...

S o n
días

La pasada edición de la feria alcanzó los 255.000 visitantes, un récord que tratará de superarse

para mostrar toda la oferta que plantea cada una de las ocho provincias de la comunidad y para coger ideas que atraigan al indeciso, de cara a que el turismo siga siendo uno de los músculos de la economía.

A base de constancia y mucho trabajo, Fitur ha logrado

llegar a ser el evento de referencia en el sector turístico y la feria líder para los mercados receptivos y emisores a nivel mundial. Un punto de encuentro global clave para los profesionales de la industria turística y la mayor plataforma de negocio del sector.

Cinco días intesísimos, sobre todo los tres primeros con múltiples presentaciones donde, donde las empresas también aprovechan para cerrar contratos y ampliar la cartera de clientes.

Datos y cifras de la edición 2025

La 45^a Feria Internacional de Turismo cerró sus puertas con unos excelentes datos de participación y asistencia. Así, Fitur anunció que había superado sus expectativas, acercándose, en un

EL DETALLE

El turismo contribuye a la gestión eficiente y responsable del agua

El Observatorio Fiturnext, plataforma de FITUR dedicada a promover buenas prácticas en el ámbito turístico, anuncia que su Reto 2026 se centra en cómo el turismo puede contribuir a la gestión eficiente y responsable del agua, alineado con el ODS 6 sobre Agua Limpia y Saneamiento y el ODS 13 de Acción por el Clima. En esta edición se abrió una convocatoria para las iniciativas que contribuyan a una gestión eficiente del agua en el turismo con el objetivo de garantizar el mínimo impacto sobre los recursos hídricos.

primer balance, a los 255.000 visitantes, con especial crecimiento en sus tres primeras jornadas, que habrían recibido a total de 155.000 profesionales.

Estos datos reflejaban el buen momento de la industria turística global el año pasado, cuando se alcanzó la recuperación con un volumen de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, según ONU Turismo, así como en España y Madrid, que registran nuevos hitos de 94 y 16 millones de visitantes, respectivamente. A nivel mundial, los ingresos relacionados con turismo alcanzan la cifra de 1,9 billones de dólares americanos, y España y Madrid siguen esta estela y las cifras de gasto turístico crecen hasta los 126.000 millones a nivel nacional y los 16.000 millones en la Comunidad de Madrid.



ÁREAS

FITUR TECHY

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

FITUR CRUISES

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

FITUR LGBT+

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

FITUR WOMAN

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

FITUR KNOW HOW & EXPORT

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

FITUR SPORTS

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

FITUR SCREEN

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

FITUR TALENT

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

FITUR LINGUA

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

FITUR4ALL

Esta sección enfoca sus jornadas en fortalecer la calidad, diversidad y la inclusión de la oferta turística, dando visibilidad a las últimas tendencias de turismo accesible. Las jornadas se complementan con el acto de entrega de los Premios FITUR 4all.



Dos personas, en un simulador de aviones.

Nuevo Pabellón del Conocimiento, una ventana al futuro

El pasado mes de mayo, Fitur anunciaba la creación del Pabellón del Conocimiento, que refuerza su liderazgo con la incorporación del Pabellón 12 del recinto madrileño como epicentro del debate y la innovación en clave de turismo. Durante los días profesionales (miércoles 21, jueves 22 y viernes 23 de enero) expertos de todo el mundo se darán cita en cientos de sesiones para presentar propuestas, compartir experiencias y difundir buenas prácticas que están marcando las tendencias de la industria turística. Además, se promoverá la divulgación del conocimiento y la tecnología a disposición de empresas y profesionales del sector.

El Pabellón del Conocimiento, que reunirá contenidos de máxima actualidad e interés, acogerá las secciones de FITUR TechY, FITUR Know-How & Export, FITUR Sports, el Observatorio FITURNEXT y el área de Travel Technology, así como nuevos contenidos especializados alineados con los retos de la industria y que elevarán la oferta congresual de la Feria Internacional del Turismo. Este nuevo espacio tendrá acceso directo desde la Puerta Sur de Ifema Madrid, y estará interconectado con el resto de la oferta expositiva a través del Pabellón 4, en un esquema que permite ampliar la feria y optimizar los flujos de visitantes.

La 46^a edición de Fitur ocupará un total de 9 Pabellones (3, 4.5, 6, 7, 8, 9, 10 y 12) donde se presentará la oferta global más pionera de toda la cadena de valor turística. Así, reunirá a instituciones públicas y privadas vinculadas a destinos, alojamiento, agencias y turoperadores, empresas tecnológicas, medios de transporte y otros servicios del sector, así como las últimas innovaciones, tendencias e investigaciones que están definiendo el rumbo de una industria que, según previsiones de ONU Turismo, crecerá entre un 3 % y un 5 % en llegadas internacionales en 2025 con un gasto estimado de 2,1 billones de dólares.



Cabogata Beach



www.cabogatabeach.com

+34 950 181 680

reservas@cabogatabeach.com

Cabo de Gata, Almería

Naturaleza, mar y calma en estado puro



Cabogata Jardín



www.cabogatajardin.com

+34 950 010 750

reservas@cabogatajardin.com

Clinica
Reyental
Centro



Opinión



Papá, papá ¿por qué vamos de



Pablo Laynez
Coordinador
del Anuario

DIFÍCIL es de olvidar aquella frase de Matías Prats en la clausura de los Juegos Olímpicos de Barcelona'92. "Papá, papá, ¿qué pasó en aquel inolvidable verano del 92?". También tira de la figura paterna la frase que representa el sentimiento futbolero del pupas, el Atlético de Madrid. "Papá, papá, ¿por qué somos del Atleti?". Pues esa misma pregunta, con una respuesta mucho más convincente que la que pueda tener esta última pregunta se la hacen también muchos padres que cada año tiran del sur de España para sus vacaciones.

¿Por qué Andalucía? Por sus playas, por su montaña, por sus tradiciones, por su gastronomía, por su gente, por sus pueblos, por su oferta deportiva, por su Semana Santa, por sus ferias, por sus fiestas taurinas... Y así un largo etcétera que podía llevar a agotar las seis colum-

nas de esta doble página. Ah, y no olviden también que la estabilidad y la apuesta decidida del Gobierno andaluz por un turismo eficiente y sostenible también ayuda a atraer turistas a estas ocho provincias sureñas.

Trece millones de turistas extranjeros en diez meses

Andalucía recibió entre enero y octubre de este año la cifra récord de 12.952.381 turistas extranjeros, un 6,9 % más que un año antes, con un aumento del 9 % en el gasto acumulado en estos diez meses, hasta alcanzar los 17.766 millones de euros. La comunidad ha experimentado el mayor crecimiento relativo interanual de las principales comunidades de destino de turistas internacionales en España, con un alza del 6,9 %, casi al doble de ritmo que el conjunto del país, donde

Una tierra llena de atractivos, con un clima ideal y una filosofía clara: hacer del turismo un motor económico, apostando por el crecimiento sostenible

aumentó el 3,5 % hasta rozar los 85,7 millones de turistas extranjeros.

La comunidad andaluza también experimentó hasta octubre el mayor incremento relativo en gasto, de un 9 %, casi dos puntos por encima del promedio nacional, donde subió un 7,12 % hasta alcanzar los 118.612 millones de euros. No obstante, en el gasto medio por turista obtiene resultados más modestos: en el acumulado hasta octubre fue de 1.372 euros (+1,98 %), 12 euros menos que en el conjunto del país, donde subió un 3,42 %.

El gasto medio diario por turista en Andalucía se situó en estos diez meses en 180 euros (+6,94 %), lo que supone el mayor crecimiento relativo de las regiones, si bien aún sigue por debajo del promedio nacional, que fue de 197 euros (+4,56 %).

Los cerca de 13 millones de turistas extranjeros que recibió Andalucía entre enero y octubre de 2025 suponen, en términos absolutos, 836.552 más que en las mismas fechas de 2024 y superan en más de 2 millones el balance del año prepandemia. También ha rebasado con creces las cifras de gasto: ha aumentado en 1.369,59 millones respecto al



vacaciones a Andalucía?

50 MUNICIPIOS TURÍSTICOS ANDALUCES

Muchos municipios andaluces se ven obligados a realizar un especial esfuerzo financiero, planificador y organizativo, debido al incremento en el número de personas que demandan la prestación de servicios municipales motivado por el flujo turístico. La Consejería competente en materia de turismo cuenta con la figura de Municipio Turístico cuya principal finalidad es la de corregir o al

menos compensar los efectos negativos que la actividad turística les pueda acarrear a estos municipios.

ALMERÍA

- Mojácar
- Níjar
- Vera

CÁDIZ

- Barbate
- Chiclana de la Frontera
- Chipiona
- Conil de la Frontera
- Grazalema

-Rota
-Setenil de las Bodegas
-Olvera
-Tarifa
-Zahara

CÓRDOBA

- Iznájar
- Rute

GRANADA

- Almuñécar
- Bubión
- Castril
- Monachil
- Lanjarón
- Pampaneira
- Salobreña

HUELVA

- Almonte
- Aracena
- Ayamonte
- Cartaya
- Isla Cristina
- Lepe
- Minas de Riotinto
- Moguer
- Niebla
- Palos de la Frontera
- Punta Umbría

Iruela
-Úbeda

MÁLAGA

- Álora
- Antequera
- Ardales
- Benalmádena
- Estepona
- Frigiliana
- Fuengirola
- Nerja
- Ronda
- Torremolinos

SEVILLA

- Aznalcázar
- Santiponce

acumulado de los mismos diez meses de 2024, cuando fue de 16.296,83 millones.

Andalucía fue el tercer destino principal de los turistas el pasado octubre, con una cuota del 15,4 %, tras Cataluña, con 1.979.478 y un peso del 21,4 % y Baleares, con 1.572.084 viajeros, el 17 % del total nacional.

totum revolutum de las fechas imposibles de cumplir y de los días de entre 25 y 30 horas.

“Papá, ¿por qué eres periodis-

Una publicación de referencia

Y como quien no quiere la cosa, volvemos a vernos aquí todos reunidos por el mejor motivo posible: la publicación del III Anuario de Turismo de Grupo Joly.

Hace dos años que echó a andar esta aventura periodística, que tiene un punto de locura en su coordinación. Si bien el de Agricultura, más extenso y sosegado, se va haciendo con tranquilidad durante el verano, éste se escribe con los polvorones y las uvas en la mano. Fitur es cuando es y los periodistas nos movemos como pez en el agua en el



ta?”. Pues precisamente para hacer publicaciones como ésta, que desgranan un sector tan importante como es el turístico para Andalucía. Fue el músculo al que agarrarse para dejar atrás las secuelas económicas de la pandemia

y sigue fuerte y con ganas de crecer aún más. Un turismo distintos al tradicional, que ha ido ensanchando sus miras al deportivo, al de congresos, al gastronómico, al científico... En Andalucía hay un rincón para que cada turista practique lo que más le guste, hay que seguir potenciando ese aspecto, conscientes siempre de que debe existir un equilibrio entre la industria y el medio ambiente.



‘Costa de Almería’, sostenibilidad y calidad



José Antonio García Alcaina
Presidente de la Diputación de Almería

El turismo es mucho más que uno de nuestros principales tejidos productivos; es la mejor tarjeta de presentación que la provincia de Almería ofrece al mundo. Como gran aliado en la creación de riqueza y empleo en nuestros 103 municipios, esta industria nos ayuda a generar e igualar oportunidades para todos los almerienses, viven donde viven. Bajo la marca ‘Costa de Almería’, los almerienses hemos consolidado un modelo que huye de la masificación para abrazar la excelencia, la sostenibilidad y un estilo de vida que cautiva a quien nos visita.

A las puertas de una nueva edición de FITUR, Almería se presenta con la fortaleza de un sector que camina de la mano. El Consejo Provincial de Turismo ha logrado un año más unir a más de 300 entidades entre administraciones y empresas para dibujar una estrategia compartida que está dando resultados históricos. Las cifras hablan por sí solas: hemos pasado de los 4,3 millones de pernoctaciones en 2011 a los más de 5,2 millones actuales, y el número de viajeros alojados en hoteles ha crecido de 1,1 millones a los 1,5 millones registrados en 2025.

Nuestra hoja de ruta para 2026 se basa en la revalorización de lo que nos hace

únicos. Tras el éxito del MUREC, este año daremos un paso de gigante con la rehabilitación del Cortijo del Fraile. En el primer trimestre de 2026 comenzarán las obras de consolidación de este emblemático edificio, destinado a convertirse en el epicentro cultural del Levante. Con el influjo de Lorca, Carmen de Burgos o Sergio Leone como motor emocional, saldaremos una deuda histórica con nuestra sociedad y nuestro patrimonio.

Este compromiso con la autenticidad se complementa con nuestra apuesta decidida por el turismo deportivo, que sigue arrojando resultados excepcionales. En 2026, la provincia volverá a ser protagonista internacional al contar nuevamente con una etapa de La Vuelta Ciclista a España, un escaparate inigualable para mostrar la diversidad de nuestros paisajes y también seguiremos brillando a nivel internacional gracias a pruebas como ‘La Desértica’, Skoda Titan Desert o ‘La Clásica’.

Y es que la provincia con más horas de sol del arco mediterráneo continental es por méritos propios el mejor rincón del planeta para practicar deporte al aire libre. Contamos con el mejor clima, los mejores paisajes y las infraestructuras necesarias para que así sea.

Este año daremos un paso de gigante con la rehabilitación del Cortijo del Fraile. En el primer trimestre de 2026 comenzarán las obras de consolidación

Conectados con el mundo

Nada de este crecimiento tendría sentido sin una mejora constante de la conectividad de nuestro aeropuerto. Hoy, Almería está más cerca que nunca de sus mercados estratégicos. Contamos con el mayor número de conexiones de nuestra historia con el Reino Unido, operando con ocho aeropuertos de distintas ciudades. Además, hemos consolidado rutas con Luxemburgo e Islandia, y abierto una nueva línea estratégica con Hungría.

Esta ambición por crecer nos permite atraer a un visitante que busca experiencias exclusivas y diferenciadoras. Ya sea a través del turismo activo en el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar, del encanto de nuestros pueblos de interior o de la excelencia de nuestra gastronomía bajo el sello ‘Sabores Almería’, el destino ofrece un abanico de posibilidades inagotable.

Un objetivo compartido

Desde la Diputación Provincial de Almería, seguiremos trabajando de la mano del sector privado para que ‘Costa de Almería’ sea cada vez más valorado. Nuestro éxito se debe a la hospitalidad de nuestra gente; la materia prima que ofrece nuestro territorio (paisajes, clima e infraestructuras) y a la profesionalidad de quienes cada día dan lo mejor de sí para que el viajero se sienta en Almería mejor que si estuviera en su propia casa.

En 2026, el objetivo es claro: garantizar un desarrollo económico que beneficie a toda la provincia. Con talento, pasión y amor por nuestra tierra, seguiremos demostrando que Almería no es solo un destino para visitar, sino un lugar para vivir y disfrutar del tiempo, nuestro bien más preciado.

Gracias al Grupo Joly y al Diario de Almería por permitirnos, a través de este Anuario, proyectar la luz de una provincia que no deja de crecer. En 2026, seguiremos construyendo juntos la historia de nuestra tierra.

iryo



Calidad que inspira

Gran confort

Mejor servicio a bordo

Atención personalizada

Billetes flexibles



iryo.eu

Enfoque constante en la mejora y la eficiencia



Francisco Salado

Presidente de la
Diputación de Málaga

Ll futuro del turismo en nuestra provincia estará marcado por un enfoque constante en la mejora y la eficiencia. Desde la Diputación de Málaga, y desde Turismo Costa del Sol, continuamos trabajando para diversificar nuestra oferta turística, siempre con el respeto al medioambiente como eje central.

El esfuerzo conjunto de administraciones públicas y empresarios, que sigue el modelo de cogobernanza en el que Turismo Costa del Sol lleva años trabajando, ha sido crucial para convertir nuestra provincia en un modelo de colaboración público-privada.

Gracias a este trabajo en equipo, la Costa del Sol se ha consolidado como un destino inteligente, capaz de adaptarse a las nuevas demandas del turista y los desafíos ambientales, a la par que mantiene su liderazgo en innovación.

Nuestro destino recibió en 2024 14,5 millones de turistas, un 3% más, con una actividad económica generada de 21.223 millones de euros, un 11% más que el año anterior. El empleo también creció un 7% y la rentabilidad de los hoteles, un 6%.

Es decir, y resumiendo para darles una foto más o menos precisa de la situación: estamos creciendo casi el triple en ingresos y actividad económica generada por el turismo que en número de visitantes, mientras que el empleo y la rentabilidad hotelera crecen el doble.

Esos porcentajes son un buen reflejo de

que estamos en la estrategia correcta, con una apuesta indiscutible e innegociable por la calidad en la Costa del Sol, desarrollada en alianza público privada entre todas las administraciones y las empresas del sector.

Esa apuesta por el turismo de calidad implica un enfoque decidido basado en la sostenibilidad, en la diversificación de la oferta turística y la promoción de productos y servicios de alta calidad, exclusivos y memorables.

Aspiramos a tener la mejor oferta en todos los segmentos: en hoteles, turismo de sol y playa, gastronomía, cultura, naturaleza, deporte, turismo de congresos y eventos, golf, shopping, náutico... en capacitación y formación de nuestros profesionales... Y de hecho creo que la tenemos.

Somos un destino completo que puede dar a sus visitantes todo aquello que busquen, y lo hacemos con un altísimo nivel de satisfacción, porque los turistas nos dan una nota de sobresaliente y porque repiten.

Hemos sido designados mejor destino europeo de golf en 2025, seguimos avanzando en nuestro reto de sostenibilidad, con nuestra calculadora de medición y compensación de la huella de carbono que ahora está disponible también en todas las oficinas de turismo de la provincia de Málaga.

Turismo Costa del Sol ha dado otro paso firme hacia la sostenibilidad con la imple-

Y me gustaría hablarles de uno de los proyectos de los que estamos más orgullosos, quizás sea el proyecto más ambicioso: Málaga No Caduca

mentación de la certificación "Huella Zero Costa del Sol", una iniciativa que reconoce las buenas prácticas ambientales y sociales de las empresas del sector turístico.

Y me gustaría hablarles de uno de los proyectos de los que estamos más orgullosos, quizás sea el proyecto más ambicioso en el que estamos trabajando y que más nos apasiona: Málaga No Caduca.

La Costa del Sol va a ser otra vez un destino pionero y líder, esta vez en materia de economía circular y sostenibilidad tanto ambiental como social. Vamos a crear la primera plataforma de España para distribuir los excedentes alimentarios de la hostelería, hoteles y supermercados a unas 40.000 personas vulnerables de la provincia.

Es un proyecto 'revolucionario' al que destinaremos 10 millones de euros en cinco años para combatir la inseguridad alimentaria, mejorar la nutrición, facilitar la inserción laboral y prevenir problemas de salud.

Un proyecto en el que resulta imprescindible la colaboración público privada y que tendrá numerosas ventajas para las empresas que se adhieran, dado que las ayudaremos a cumplir con los requisitos que marca la ley para los excedentes alimentarios y también tendrán ventajas fiscales y de reputación.

Como ven, no paramos de trabajar para seguir siendo el destino líder que somos, pero, desgraciadamente año tras año la Costa del Sol ha echado de menos estos años un papel más activo, más comprometido y más inversor del Gobierno central con el Turismo.

Hacen falta más inversiones estatales en movilidad porque es necesario mejorar las infraestructuras de transporte en la provincia para impulsar su desarrollo económico y social.

Como el Tren litoral: Es una infraestructura clave que facilitaría la movilidad de residentes y turistas, y ayudaría a reducir la congestión en las carreteras. Y no se trata de un tren para los turistas, que también, sino de evitar el colapso de la provincia que más población ha ganado en los últimos años porque somos el área metropolitana más extensa en kilómetros de España, la que más crece y la que menos oferta de transporte público tiene con diferencia de Europa.

Es necesario también potenciar la capacidad del aeropuerto de Málaga Costa del Sol, modernizar sus instalaciones y mejorar la conectividad internacional, para mantener y aumentar el flujo de turistas y negocios.

Nosotros, insisto, vamos a seguir defendiendo, promoviendo e innovando en una industria, la del turismo, que no ha dejado de darnos alegrías y de impulsar el desarrollo económico y social de Málaga y de Andalucía.



CHICLANA CIUDAD

En consideración a la importancia que por su aumento de población y desarrollo de su industria y comercio, ha logrado alcanzar la Villa de Chiclana, provincia de Cádiz.

Vengo en conceder el título de Ciudad.
Dado en San Idelfonso a ocho de Agosto
de mil ochocientos setenta y seis.

Alfonso XIII

1876 - 2026

Alfonso



AYUNTAMIENTO DE
Chiclana

Sevilla no se mira, se vive



Javier Fernández

Presidente de la Diputación de Sevilla

A provincia de Sevilla no es una postal; es una conversación. La estancia en esta tierra se teje con gestos cotidianos que luego se vuelven memoria: un mapa entregado con una sonrisa en Carmona, una tapa contada como si fuera un relato en Marchena, un libro recomendado para leer bajo un olivo en Sanlúcar la Mayor. Esa es la propuesta que la provincia presenta en FITUR 2026: no vengas a contemplar, ven a compartir. Porque Sevilla no se mira, se vive.

Porque a lo largo y ancho de la provincia de Sevilla, los anfitriones son el patrimonio vivo del destino. Nuestra gente, la que hace pueblo y moldea identidad a diario es el genuino valor diferencial de una tierra cuya esencia no está solo en monumentos o paisajes: está en su manera de compartirse. Aquí, el viajero deja de ser espectador y se convierte en coautor y protagonista. Y ese cambio, hoy, importa.

Importa porque la demanda de experiencias auténticas cuando viajamos ha crecido de forma sostenida tras la pandemia. No en vano, los balances de estos años dibujan una tendencia clara: recuperación en 2022, consolidación en 2023 y avance en 2024 y 2025. De esa forma, la provincia suma visitantes con un ritmo estable, sos-

tenido por fines de semana, puentes y temporada media, mientras el mercado internacional se recomponen en paralelo a la conectividad aérea. Y son esos registros los que hacen posible que la estancia media se mantenga en torno a dos o tres noches y que el gasto se dirija, cada vez más, a gastronomía, cultura y actividades de naturaleza. O dicho de otro modo, no se viaja a 'verlo todo', sino a 'vivir algo' que se recuerde.

Y para esos recuerdos, el mejor atributo de Sevilla y su gente es la hospitalidad. Aquí hay un modo de recibir que desarma. Cercanía sin artificios, humor que se comparte, conversación que invita a quedarse. Y junto a eso, la autenticidad de nuestros pueblos y la diversidad de ritmos: la monumentalidad serena de Carmona, el silencio curativo de Cazalla de la Sierra, el compás que se aprende —aunque no sepas bailar—. Porque aquí, la riqueza cultural y festiva mantiene un calendario vivo; los oficios resisten a la uniformidad de lo global; la cultura se hace cotidiana en mercados, talleres y plazas. Y la gastronomía... tapas que encierran historias, productos de cercanía que cuentan el territorio y vinos que traducen el sol y la tierra.

Nuestra gente, la que hace pueblo y moldea identidad es el valor de una tierra cuya esencia no está solo en monumentos o paisajes: está en su manera de compartirse

Y a ese corazón humano de Sevilla se suma la naturaleza. Porque con ser mucho, la provincia no solo ofrece dehesas y campiñas; ofrece experiencias. Pedalear entre formaciones kársticas en el Cerro del Hierro, seguir el curso del Huéznar y sus cascadas, caminar bajo sombras frescas en verano, respirar hondo cuando el cuerpo pide pausa. No en vano, el turismo activo sigue al alza —senderismo, cicloturismo, rutas a caballo, observación de aves— y crece el interés por propuestas sostenibles que conectan con la sostenida tendencia de viajar para sentirse mejor, no solo para acumular imágenes. Y es ahí, sin duda, donde Sevilla responde con espacios, anfitriones y ritmos que permiten ese viaje más consciente.

Ese es el camino y la propuesta que traemos a una nueva edición de FITUR porque, además, los datos apuntalan el relato. En los últimos años, la afluencia a la provincia ha experimentado un crecimiento acumulado significativo, con una base nacional sólida y una recuperación internacional sostenida. En ese contexto, el visitante doméstico procede mayoritariamente de Andalucía, Madrid y Cataluña, mientras que el extranjero se diversifica, con Europa como principal emisor y un creciente interés desde América del Norte.

La ocupación hotelera y extrahotelera, además, refleja buen comportamiento en temporada media y alta, y el peso del turismo rural y de naturaleza gana terreno en pernoctaciones fuera de la capital. Y en clave de gasto por turista, éste se distribuye de manera equilibrada entre restauración, cultura y compras locales, y las encuestas de satisfacción valoran especialmente la calidez humana, la autenticidad y la pluralidad de oferta. Palancas todas ellas que, coordinadas, elevan la experiencia del que las vive y las siente.

En definitiva, datos y señales que apuntan a que vamos por el buen camino y a que, sin duda, el futuro del turismo en Sevilla debe ser humano y sostenible. Ahí, cuidar la autenticidad debe traducirse en cuidar los ritmos de la vida local. Proponer vivencias más allá de los enclaves icónicos, reforzar el comercio de proximidad, dar visibilidad a oficios y relatos reales y seguir creyendo en la fuerza de nuestra gente como anfitriones y embajadores de esta tierra. Todo suma para preservar aquello que el viajero viene a buscar, que es por encima de todo una manera de estar y de compartir. Ese es el tesoro.

'Sevilla. No la mires, vívela' no es un eslogan. Es toda una forma de abordar el viaje. Por tanto, nuestra invitación no es a mirar más, sino a mirar con los cinco sentidos despertados y con ganas de participar. A descubrir que, en Sevilla, cada experiencia se multiplica cuando se comparte. Aquí puedes escribir una página propia. Porque en la provincia de Sevilla el destino no es un lugar, sino una manera de vivir. Y esa manera, cuando te toca, ya no se olvida.

Efecto almería

YEAH!

CHILL

Vente,
pruébalo
y llévatelo
puesto

Granada pone en valor su patrimonio en un buen año para el sector turístico



Francisco Rodríguez

Presidente de la Diputación de Granada

Ll turismo en la provincia de Granada ha vivido en 2025 una etapa de crecimiento sólido y transformación estratégica. El ejercicio ha consolidado un modelo basado en la diversidad, la calidad, la sostenibilidad y la innovación, con una clara proyección internacional. Las pernoctaciones de viajeros han aumentado un 3%, con una subida tanto de españoles como de extranjeros.

La provincia reafirma su atractivo global con una oferta que va mucho más allá de la Alhambra. Granada es un destino plural, donde confluyen turismo cultural, naturaleza, nieve, playas, gastronomía y experiencias rurales. La combinación de la monumental capital con Sierra Nevada, la Costa Tropical, la Alpujarra, el Valle de Lecrín, el Geoparque y el Poniente conforma una propuesta imbatible que se adapta a todo tipo de deseos. Esta diversidad permite, además, generar un impacto económico positivo en comarcas que antes quedaban fuera de los circuitos turísticos tradicionales, combatiendo la despoblación.

La sostenibilidad se mantiene como eje principal de la estrategia turística provincial. Granada trabaja para redistribuir geográficamente los flujos turísticos y combatir la estacionalidad, incentivando la visita a lo largo del año y en todas las zonas del territorio. El objetivo es fomentar un turismo que beneficie a las comunidades locales, frene el éxodo rural, genere empleo de calidad y respete el entorno natural y cultural.

Uno de los hitos del año ha sido el lanzamiento de la nueva imagen promocional "Granada: Sueños que se viven". Esta marca busca posicionar a la provincia como un destino emocional y experiencial, que conecta con los viajeros a través de vivencias únicas, memorables y auténticas.

2025 ha traído importantes mejoras en la conectividad aérea para Granada. El aeropuerto Federico García Lorca ha sumado nuevas rutas con Nantes y Santander, y, gracias a los esfuerzos realizados por la Diputación, prevemos la incorporación de otros destinos internacionales próximamente.

La combinación de la capital con Sierra Nevada, la Costa Tropical, la Alpujarra, el Valle de Lecrín, el Geoparque y el Poniente conforma una propuesta imbatible

mente, que se sumará a la ya consolidada conexión con Ámsterdam. Estas rutas amplían la accesibilidad desde mercados estratégicos europeos y nacionales, favoreciendo la llegada de visitantes.

En cuanto a productos turísticos, 2025 ha sido el año de la génesis de dos grandes rutas temáticas que próximamente estarán activas para todos los visitantes: la Ruta de Castillos y Fortalezas de Granada, que recorre 15 enclaves defensivos repartidos por toda la provincia, uniendo historia, paisajes y patrimonio en un itinerario de gran valor cultural y turístico; y la Ruta de Boabdil, un itinerario turístico, cultural y natural que recrea el camino del último rey nazarí tras la caída de Granada, conectando más de 30 municipios de la Vega, Valle de Lecrín y Alpujarras de Granada y Almería, permitiendo descubrir paisajes, patrimonio histórico y cultura morisca a través de senderos y pueblos blancos. Ambas rutas apuestan por la sostenibilidad, la implicación local y la innovación en la interpretación del patrimonio, contribuyendo al desarrollo de zonas rurales y diversificando la oferta más allá de los destinos clásicos.

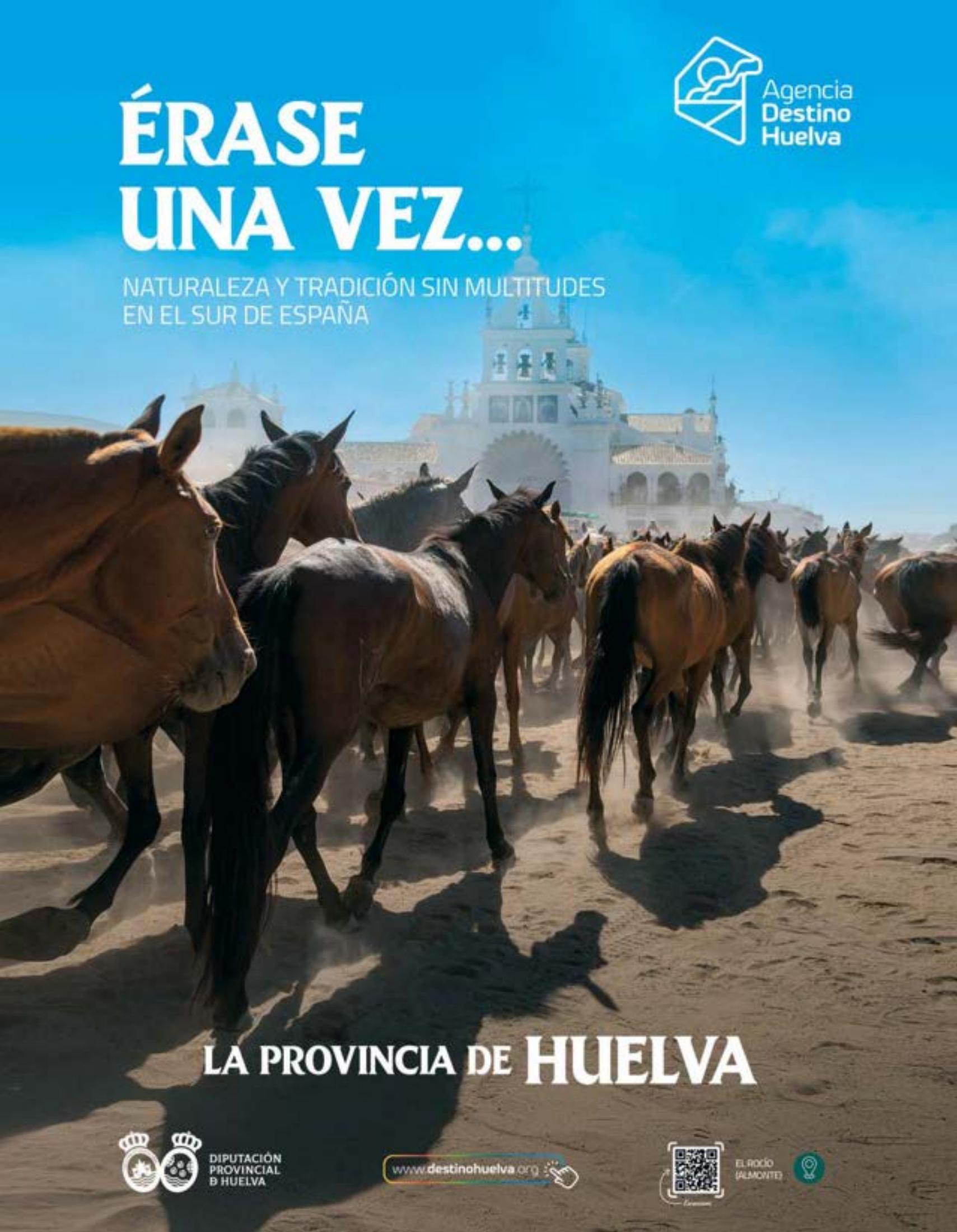
En este contexto de puesta en valor del patrimonio, especial mención merece la compra por parte de la Diputación de Granada del Castillo de La Calahorra, una operación histórica que ha permitido su apertura al público y su conversión en referente turístico del Geoparque de Granada. Este monumento de gran valor arquitectónico y simbólico será restaurado y adaptado para la visita, generando nuevas oportunidades para la comarca y sumándose como eje principal de la Ruta de Castillos y Fortalezas.

El compromiso de la Diputación con el turismo se completa con la redacción de un nuevo Plan Estratégico de Turismo 2025-2030, que definirá las líneas de trabajo a medio y largo plazo. Este plan implica a administraciones, empresas y agentes turísticos en la construcción de un modelo competitivo, responsable y adaptado a los retos del futuro. Entre sus ejes estarán la digitalización, el impulso de productos temáticos, la mejora de la promoción y la formación del sector.

Granada continúa posicionándose así como un destino líder en el sur de Europa, capaz de conjugar historia y modernidad, tradición y vanguardia. Desde su diversidad cultural hasta su riqueza natural, cada rincón ofrece una experiencia única. 2025 ha sido un año clave para consolidar a Granada como un lugar donde los sueños no solo se sueñan, sino que se viven.

ÉRASE UNA VEZ...

NATURALEZA Y TRADICIÓN SIN MULTITUDES
EN EL SUR DE ESPAÑA



LA PROVINCIA DE HUELVA



DIPUTACIÓN
PROVINCIAL
DE HUELVA

www.destinohuelva.org



EL RODIL
ALMONTE





Huelva, instinto natural



**David
Toscano**

Presidente de la
Diputación de Huelva

CADA año, cuando el frío avanza por Europa, bandadas de flamencos surcan el cielo y descienden sobre las marismas de Huelva con una precisión que nunca falla. Llegan desde miles de kilómetros, guiados únicamente por el instinto. No necesitan señales, ni campañas, ni mapas: saben reconocer un lugar donde la vida es posible. Donde la luz, el clima y el equilibrio natural les permiten descansar, convivir y permanecer.

Esa imagen –miles de alas rosadas sobre los humedales– explica mejor que cualquier discurso lo que es hoy Huelva como destino: un lugar que se elige por impulso, por verdad, por certeza interior. Y es justamente esa búsqueda —la de destinos auténticos, sostenibles, no masificados y emocionalmente reparadores— la que define al viajero europeo actual.

La transformación turística de nuestra provincia ha coincidido con este cambio profundo en la demanda. La creación de la Agencia Destino Huelva nos permitió adaptar el modelo, profesionalizar la gestión, coordinar esfuerzos y proyectar una identidad clara: la de una provincia que sabe quién es y qué ofrece.

La provincia ha dado un salto cualitativo en planificación, promoción e internacionalización. Las cifras lo confirman. Hemos recibido 1,67 millones de turistas, lo que representa un 12,1% de la cuota de

mercado andaluz, y se han registrado en nuestros hoteles más de 4 millones de pernoctaciones anuales. Pero más allá de los números, lo verdaderamente relevante es la evolución: la Tarifa Media Diaria ha crecido un 7,4%, y la satisfacción del visitante alcanza valoraciones de 9,2 en nuestros paisajes y 9,0 en el alojamiento. Huelva atrae y convence.

Una evolución en sintonía con las tendencias que hoy definen la demanda turística europea. El viajero actual busca naturaleza cuidada, destinos tranquilos, autenticidad cultural, sostenibilidad real y experiencias que no se consuman, sino que se viven con calma. Busca paisajes amplios, silencio cuando se necesita, gastronomía honesta y lugares capaces de ofrecer bienestar. Y Huelva reúne todo eso sin artificio: desde nuestras playas abiertas hasta las marismas de Doñana y del Odiel, pasando por las dehesas, la Sierra, los senderos del Andévalo, la gastronomía local y una identidad cultural que conserva intacta su autenticidad.

El impulso internacional ha sido también decisivo. La presencia en 23 ferias —10 nacionales y 13 internacionales— y más de 1.500 reuniones profesionales ha fortalecido nuestra posición en los mercados europeos. El mercado británico crece a doble dígito; Portugal continúa siendo nuestro principal emisor extranjero; y

Huelva no es un destino que se consume. Es un destino que se disfruta. Un lugar que acompaña, que se recorre sin prisa y que permanece en la memoria

Alemania aporta estancias largas y estableces, un indicador fundamental de confianza y fidelidad. La conectividad con Sevilla y Faro, unida a nuestra estrategia de comunicación, refuerza la accesibilidad a un destino que sorprende a quien lo descubre.

2025 también ha sido el año de la segmentación inteligente: impulsar el golf con la celebración del IAGTO Huelva Golf Trophy, consolidarnos en turismo de naturaleza con presencia en ferias especializadas, reforzar el mercado nacional, crecer en MICE y tejer alianzas estratégicas para llegar al viajero adecuado con un mensaje a su medida. A todo ello se suma la campaña “Érase una vez la provincia de Huelva”, que ha llevado nuestra imagen a Callao, Piccadilly Circus, Lisboa, Bilbao y todo el norte de España, proyectando un destino luminoso, auténtico y lleno de matices.

Huelva no es un destino que se consume. Es un destino que se disfruta. Un lugar que acompaña, que se recorre sin prisa y que permanece en la memoria. Por eso nuestro reto inmediato no es aumentar el volumen, sino mejorar la calidad de la estancia: que quienes nos visitan descubran que aquí cada estación ofrece algo distinto. Igual que las colonias de flamencos que permanecen todo el año en nuestras marismas, queremos que los visitantes amplíen su experiencia, consuman lo que nuestra naturaleza y nuestra cultura les brinda, y vuelvan siempre.

Porque en Huelva el turista no es un número ni un cliente: es uno más entre nosotros. Y quizás por eso quienes nos descubren regresan guiados —como los flamencos— por algo tan simple y tan poderoso como el instinto natural.



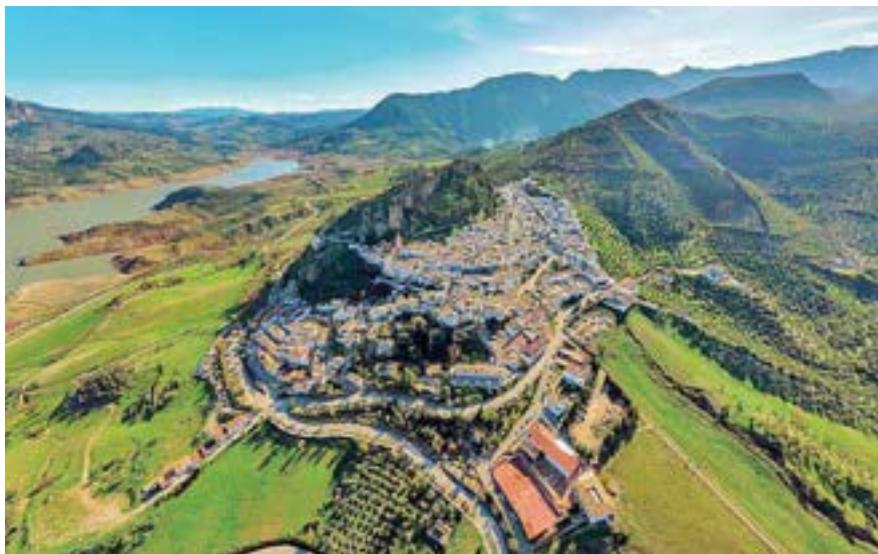
CÁDIZ ES CULTURA

#cadizeselplan



Ayuntamiento de Cádiz

Cádiz provincia, el lujo de lo auténtico y sostenible



Almudena Martínez

Presidenta de la Diputación de Cádiz

STE 2026 desde la Diputación de Cádiz y el Patronato Provincial de Turismo afrontamos estos doce meses con la responsabilidad y el orgullo de pertenecer a una provincia única, deseada y muy bien valorada tanto por quienes nos visitan como por quienes viven aquí. Nuestro objetivo este año es consolidar un modelo turístico de calidad basado en la sostenibilidad, diverso y generador de empleo en un sector económico esencial para la provincia.

No hay turismo de calidad sin sostenibilidad. La sostenibilidad es el pilar sobre el que se cimenta la estrategia de desarrollo turístico para Cádiz, tanto para nosotros desde la parte pública (como refleja la concesión de la 'S' de Sostenibilidad' del Instituto de Calidad Turística Española y Sostenibilidad al Patronato provincial de Turismo de Cádiz) como para las empresas turísticas del sector.

Esta sostenibilidad tiene tres vértices inseparables: sostenibilidad social, medioambiental y económica. El desarrollo turístico no debe alterar la calidad de vida de los residentes ni el privilegiado entorno natural que disfrutamos en la provincia de Cádiz. En cambio, sí debe contribuir al avance social y económico del territorio generando impacto local positivo.

Este modelo de Turismo seguirá siendo la base de nuestra acción para consolidar a la provincia de Cádiz como un destino turístico de lujo donde se redefine este concepto para vincularlo a la sostenibilidad, la excelencia, la auten-

tidad y la convivencia. En los últimos años ha habido un cambio de tendencia en la concepción del lujo. Ahora, el valor del territorio, la identidad del destino y la experiencia auténtica han pasado a un primer plano. Y ahí, Cádiz tiene mucho que aportar y en ello trabajamos.

Cádiz es uno de los territorios andaluces mejor posicionados en este segmento del lujo gracias a la diversidad de sus paisajes, la calidad de la oferta turística y cultural, y a un interés creciente entre perfiles de alto poder adquisitivo, especialmente del mercado nacional, que busca experiencias reales en destinos no masificados.

Este cambio ha abierto ventanas de oportunidades tanto en la costa como en el interior, favorecidos en ocasiones por la inversión extranjera y por una demanda internacional cada vez más interesada en propuestas singulares, sostenibles y alejadas del lujo estandarizado, tres características que describen bien cómo es la experiencia del viajero que visita la provincia de Cádiz.

Los datos nos hacen ser optimistas. En 2025 la provincia de Cádiz registró un aumento del número de turistas pero, más importante aún, un incremento de la estancia media de los viajeros (permanecen en nuestra tierra una media de siete días) y del gasto medio diario (94,94 euros) de estos viajeros que nos visitan, lo que consolida a Cádiz como la provincia líder en gasto turístico de Andalucía. Esto indica que

Vivimos en una provincia con gran capacidad para crecer en un modelo turístico donde el lujo y la calidad también se miden en autenticidad y hospitalidad

estamos atrayendo a un turismo de mayor calidad y capacidad económica.

Tanto la costa gaditana como el interior, aglutinan muchos de los destinos más valorados del segmento premium. A los más conocidos como el Novo Sancti Petri (Chiclana), Tarifa, Zahara de los Atunes, Sotogrande (San Roque) o Vejer de la Frontera, se unen otros a lo largo y ancho de la geografía gaditana como El Puerto de Santa María, la Sierra, Cádiz capital o Jerez. Esta última, Capital Española de la Gastronomía en 2026 gracias una cocina que combina lo tradicional y lo vanguardista, con tres estrellas Michelin, y una potente oferta experiencial vinculada a un vino único en el mundo, su cultura y su tradición ecuestre; y también, candidata a Capital Europea de la Cultura en 2031, un proyecto de provincia respaldado por la Diputación.

Todos estos enclaves y otros muchos en todas las comarcas, desde la Costa Noroeste hasta el Campo de Gibraltar pasando por la Bahía de Cádiz, la Janda, la Sierra y la Campiña, combinan la exclusividad de un entorno natural singular con una oferta turística alineada con la autenticidad de la vida y la cultura local.

En paralelo, el sector privado ha sabido interpretar este cambio de necesidades del viajero que busca excelencia y ha apostado por invertir en una oferta turística y en alojamientos de gran calidad enraizados a la historia, la fisonomía y la cultura locales.

Todo ello nos hace ver que el trabajo que hacemos desde la Diputación a través del Patronato Provincial de Turismo, y en diálogo permanente con las empresas turísticas de la provincia, está dando sus frutos y, lo más importante, que el camino es el correcto para quienes vivimos aquí y para quienes nos visitan.

Queda mucho por hacer. Seguimos esforzándonos en romper la estacionalidad del turismo, en mejorar la conectividad aérea y las infraestructuras de comunicación. En dos años hemos logrado conexiones directas desde el aeropuerto de Jerez con cinco ciudades de Reino Unido, con Polonia, con Suiza, con el norte de España y hemos reforzado los vuelos con Alemania y con los destinos nacionales.

Pero la provincia de Cádiz necesita para estar mejor conectada y ser más competitiva que el Gobierno de la Nación incluya al aeródromo jerezano en el plan de inversiones en infraestructuras aeroportuarias, en el que sí están otras ciudades medianas españolas, así como la ampliación de la pista del aeropuerto para recibir aviones de mayor capacidad y destinos más lejanos.

Vivimos en una provincia enviable por muchos motivos y con gran capacidad para crecer en un modelo turístico donde el lujo y la calidad también se miden en autenticidad y hospitalidad. Un modelo sostenible, equilibrado y beneficioso para todos en el que la provincia de Cádiz aspira a ser un referente.

Cada pueblo y cada ciudad tienen mucho que aportar. Solo viiniendo a conocerlos y vivirlos se puede entender la esencia de Cádiz; por qué Cádiz es diferente y por qué se habla tanto (y tan bien) de esta provincia y de su gente.

ALMERÍA Y YA ESTARÍA

El destino donde no necesitas nada más



DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA



Córdoba, universo de posibilidades



Salvador Fuentes

Presidente de la
Diputación de Córdoba

A provincia de Córdoba se abre al visitante como un verdadero universo de posibilidades en el que la capital, con su rico patrimonio histórico, se da mano con un mundo rural diverso, que transita entre valles y sierras. Un legado cultural y natural sobre el que la Diputación de Córdoba, a través del Patronato Provincial de Turismo, planifica una amplia oferta turística con propuestas para todas las estaciones del año, como tendremos oportunidad de mostrar en la próxima edición de la Feria Internacional del Turismo (FITUR 2026).

La diversidad es una de las notas características de este amplio territorio, en el que sus siete comarcas trabajan unidas bajo el paraguas común de la marca Córdoba, promovida por la Diputación para conseguir, junto con la capital, presentar al visitante una oferta atractiva que sitúe a la provincia como referente dentro del turismo de interior.

Cultura, patrimonio, naturaleza, etnografía o gastronomía ofrecen recursos en una red única, en la que las administraciones públicas y la iniciativa privada aúnan esfuerzos para lograr el plus de excelencia que buscan los turistas que cada año descubren nuestra tierra.

Hablar de Córdoba nos remite inexorablemente a la capital califal, crisol cultural en el que se fundieron Oriente y Occidente. Un rico patrimonio arquitectónico, fruto del paso de varias civilizaciones por el territorio, que ahora se hace visible gracias a los trabajos de recuperación de los castillos de nuestros pueblos. Precisamente más de 20 fortalezas forman parte del proyecto 'Castle Love' promovido por el Patronato Provincial de Turismo que, después del éxito cosechado el pasado año, en esta anualidad de 2026 se verá reforzado con nuevas iniciativas para continuar con su puesta en valor.

Las seis declaraciones de Patrimonio Mundial (cuatro en la capital y dos en la provincia) son buena muestra de una riqueza en la que también destaca lo intangible. El calendario festivo de la provincia ofrece interesantes propuestas a lo largo del año, con un epicentro destacado en la Semana Santa.

Un legado inmaterial en el que la gastronomía se ha alzado como una de las grandes banderas de la marca Córdoba. Una diversidad que ha convertido a la provincia en un referente dentro de la alta cocina, con profesionales que, utilizando los productos de la tierra y recuperando platos tradicionales, se han hecho un hueco en el panorama gastronómico internacional.

Y, junto a la gastronomía, nuestros grandes te-

soros alimentarios. Sin duda, merecen una mención especial los vinos y vinagres de la D.O. Montilla-Moriles, su sistema de criaderas y soleadas, y la uva Pedro Ximénez, un fruto autóctono del que nacen algunos de los mejores vinos del mundo, según las más prestigiosas guías del sector.

El enoturismo ha convertido nuestras viñas, bodegas y lagares en una excusa perfecta para conocer los paisajes de una campiña extensa y diversa. Unas tierras a las que también podemos mirar con los ojos del oleoturismo para disfrutar de cortijos blancos que aparecen como guardianes de extensos mares de olivos. Los aceites cordobeses son hoy verdaderos referentes, como atestiguan las cuatro Denominaciones de Origen Protegidas de Priego de Córdoba, Lucena, Montoro-Adamuz y Baena.

Un terreno fértil que ha convertido a la provincia en uno de los principales productores

hortofruticola
tas de Es-



pañía,
sin olvidar,
por supuesto, paisajes únicos como las dehesas de Sierra Morena, entre cuyos encinares retoran los cerdos cien por cien ibéricos que se sitúan en la base de una industria cuyos jamones y embutidos están amparados por la D.O. de Los Pedroches

Si algo define a un territorio son sus espacios naturales. En la provincia de Córdoba, la presencia del Guadalquivir marca el eje central acompañado por el gran valle y las campiñas, que hacen de prólogo a los territorios montañosos, con Sierra Morena al norte y la Sierras Subbéticas al sur. Unos espacios naturales que destacan por su belleza y por unos valores que han merecido la declaración de tres parques na-

La diversidad es una de las notas características de este territorio, en el que sus siete comarcas trabajan unidas bajo el paraguas común de la marca Córdoba

turales, a los que sumar otros espacios de gran valor ecológico como los humedales del sur de la provincia, verdadero paraíso para los ornitólogos.

La Córdoba más verde ofrece al visitante rutas en las que perderse a pie, en bicicleta o a caballo, entre las que contamos con Vías Verdes o el Camino Mozárabe de Santiago. Amplios espacios en los que el turismo activo ofrece actividades para los amantes del riesgo como el rafting o la escalada, pero también para quienes opten por el deporte en familia, con rutas de senderismo o las playas interiores de nuestros embalses. Además, es reseñable una oferta de alojamientos y de restauración cada vez más amplia y de mejor calidad, como base para un turismo rural de primer nivel.

La provincia cordobesa cuenta con varias zonas starlight, de norte a sur, que ofrecen unas condiciones óptimas para la observación nocturna de su cielo ya que apenas hay contaminación lumínica, con más del 60 por ciento de sus noches despejadas y la oscuridad de su cielo se equipara a la de muchos observatorios profesionales

La Diputación de Córdoba es una de las fundadoras de la creación y promoción de una red nacional de destinos turísticos en torno al patrimonio minero-industrial del carbón, lo que ayudará al impulso de una zona tan relevante como es la cuenca minera del Guadiato, donde se pondrán en valor recursos turísticos únicos.

El turismo sostenible es una apuesta estratégica de la Diputación de Córdoba. La provincia cuenta con gran cantidad de recursos de un valor indiscutible, pero también es necesaria la vigilancia de la capacidad de carga para mantener un adecuado equilibrio entre su uso como generadores de riqueza para el territorio y la conservación de los mismos para garantizar su preservación para el futuro.

Un destino que aspira a consolidarse como un referente requiere de unas infraestructuras de comunicaciones que igualen a sus expectativas. La provincia puede presumir de contar con tres estaciones de AVE (Córdoba, Puente Genil y Villanueva de Córdoba), importantes vías rápidas como la A-4 y la A-45, que conecta la capital con la Costa del Sol. Todo ello complementado con un aeropuerto que en los últimos meses ha visto ampliada su oferta con la conexión directa a Barcelona, un eje aéreo que une a la provincia con 90 destinos internacionales.

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

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

El Puerto de Huelva

Apuesta por los cruceros de lujo y megayates



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



Puerto de Huelva

El aceite, un producto turístico singular



Paco
Reyes

Presidente de la
Diputación de Jaén

A provincia de Jaén presume orgullosa de ser no solo el principal productor de aceite de oliva del mundo, sino de extraer el mejor virgen extra del planeta. Una afirmación avalada por premios y distintivos de calidad que certifican el mimo hacia un producto exquisito, cuya ingesta conlleva múltiples beneficios para nuestra salud y que es esencial en una dieta mediterránea que es Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Sobre este aceite de oliva virgen extra pivota un producto turístico singular, el oleoturismo, tan arraigado a nuestra identidad que se ha consolidado como una de las propuestas que la provincia de Jaén ofrece a un turista que más allá de visitar un destino, busca vivirlo.

Como baluartes del AOVE premium jiennense, la Diputación de Jaén reconoce cada cosecha a ocho zumos de aceituna con el sello 'Jaén Selección', un certificado que este 2026 cumple dos décadas y que ha contribuido a incentivar en el sector oleícola de la provincia la apuesta decidida y sin ambages por la calidad. Los aceites de oliva virgen extra de producción convencional Campos de Batiá, de la sociedad cooperativa andaluza (SCA) Oleícola Baeza, de Baeza; Jabalcuz Gran Selección, de la SCA Sierra de la Pandera, de Los Villares; Oro de Cánava, de la SCA Nuestra Señora de los Remedios, de Jimena; Oro Bailén Picual, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 S.L, de Villanueva de la Reina; Tierras de Canena, de la SCA San Marcos, de Canena; Aceites Sierra Santo Tomé, de la SCA Santo Tomás Apóstol, de Santo Tomé; así como los ecológicos Balcón del Guadalquivir, de la SCA San Felipe Apóstol, de Baeza; y Puerta de Las Villas, de la SCA San Vicente, de Mogón (Villacarrillo) lucirán este año este distintivo y serán los compañeros de viaje de la Diputación de Jaén en citas como Fitur, Madrid Fusión, Salón Gourmets, Alimentaria, The 50th Best Restaurants, la World Olive Oil o la Gala Michelin España, entre otras.

Estos ocho magníficos, los mejores entre los mejores, son la consecuencia de un compromiso que comienza en ese campo que dibuja el paisaje infinito del olivar, donde en el mes de octubre ya se recolecta la aceituna verde que permite obtener los primeros virgen extra que sorprenden por su tono esmeralda y su inmenso sabor, y que finaliza en cocinas y despensas de todo el mundo. Hoy, prácticamente todas las cooperativas y almazaras de nuestra provincia producen su aceite de cosecha temprana, algo impensable ha-

ce tan solo unos años, como también parecía una quimera aquello que hace algo más de una década empezamos a denominar como oleoturismo.

Desde la Diputación lideramos la configuración de un producto turístico aprovechando este elemento diferenciador de la provincia de Jaén para ofrecer una experiencia única y singular a quienes nos visitan. Nació así Oleotour Jaén, un viaje con destino a la esencia de la cultura del olivo que veíamos como una oportunidad para que el sector pudiera extraer una segunda cosecha junto al aprovechamiento de los subproductos del olivar. Una propuesta experiencial para enriquecer nuestra oferta de turismo de interior, ligada a la identidad de nuestro territorio y con un fuerte puntal en el gastroturismo.

Más de 150 recursos ligados a la cultura del olivar y el aceite de oliva repartidos por toda la provincia conforman la mayor red de recursos oleoturísticos de España: restaurantes, almazaras y cooperativas visitables, spas,

rismo España, que hemos liderado desde la Diputación de Jaén junto a las diputaciones de Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Córdoba, Granada, Huelva, Sevilla y Tarragona y con la Asociación Española de Municipios del Olivo para desarrollar una experiencia similar a las Rutas del Vino de España. Financiado con los fondos Next Generation EU del Plan de Recuperación, se ha logrado la integración de más de 300 empresas para configurar una oferta turística nacional en torno a la cultura del olivar y el aceite de oliva virgen extra, concebida como una experiencia que impulsa un producto turístico sostenible y de calidad.

De forma paralela, Oleotour Jaén avanza en su profesionalización y competitividad gracias a los fondos europeos del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino que gestiona la Diputación de Jaén con 4,5 millones de euros del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, lo que ha permitido, entre otras actuaciones, la puesta

en marcha de un Club de Producto que articule, coordine y potencie la oferta oleoturística en la provincia de Jaén.

El oleoturismo, junto a nuestros cuatro parques naturales, el mejor Renacimiento del Sur con las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Úbeda y Baeza, la ciudad de Jaén con su imponente Catedral y los Ba-



oleotecas, empresas de cosméticos, de servicios turísticos, de catas de AOVE, museos y centros de interpretación, empresas de artesanía de madera de olivo o cortijos invitan a conocer no solo un producto de calidad, sino que permiten sumergirse en la forma de vida de una tierra marcada por los tiempos de este árbol milenario.

Este crecimiento del oleoturismo y el potencial que ofrece para los territorios ligados al cultivo del olivar ha llevado al Gobierno de España a impulsar el proyecto Oleotu-

ros Árabes más grandes de España y mejor conservados de Europa, los vestigios de la civilización ibera, los castillos y atalayas que jalónan un territorio que lo fue de frontera, la cultura del toro o la gastronomía del mejor aceite de oliva del mundo son algunas de las propuestas más reconocibles de Jaén, Parque Interior, un destino singular y de calidad, que se ha convertido en referente del turismo de interior en nuestro país. Así lo certifican las cifras récord en visitantes y pernoctaciones que se vienen superando estos últimos años. En un contexto de gran competencia turística, la provincia de Jaén cree en las fortalezas de la oferta mejor valorada de Andalucía, con un 9,43 sobre 10. Un sobresaliente que representa el mejor aval para invitar a quienes busquen conocer un rico patrimonio monumental, histórico, natural y paisajístico que está lleno de vida y que se complementa con una propuesta gastronómica estelar.

El oleoturismo, arraigado a nuestra identidad, es una de las propuestas que la provincia ofrece a un turista que más allá de visitar un destino, busca vivirlo



Ayuntamiento de Vícar
Corazón del Poniente

La restauración de la Puerta del Arrabal de la Alhambra saca a la luz su pasado desconocido

La Consejería de Cultura de la Junta dio por concluida la rehabilitación del Baluarte de la Puerta del Arrabal de la Alhambra, el primero de los seis baluartes defensivos y artilleros, construidos por los Reyes Católicos en el monumento nazarí, unas actuaciones que han propiciado "varios relevantes hallazgos no previstos", y que permiten conocer mejor la historia que atesora este lugar, que volverá a abrir sus puertas al público después de más de 30 años cerrado. Entre los descubrimientos destacan grafitis históricos, un puente oculto o el escudo de armas de los Reyes Católicos. / Junta de Andalucía





La IA como vector de transformación del turismo: oportunidades y retos



Mercedes Jiménez

Doctora en Economía Aplicada de la Universidad de Cádiz

A Inteligencia Artificial (IA) se ha consolidado en los últimos años como uno de los principales vectores de transformación del sector turístico a escala global. La literatura científica reciente coincide en señalar que su impacto trasciende la automatización de tareas, incidiendo de forma estructural en la planificación de destinos, la gestión empresarial y la configuración de la experiencia turística. En un territorio como Andalucía, donde el turismo constituye un pilar económico, social y territorial de primer orden, la incorporación de estas tecnologías abre un campo de oportunidades estratégicas, al tiempo que plantea retos que requieren una reflexión crítica y multidimensional.

Desde la perspectiva de la gestión de destinos, la IA se inscribe en la evolución hacia modelos de destinos turísticos inteligentes, promovidos tanto desde la investigación académica como desde las políticas públicas europeas. La Unión Europea ha subrayado en diferentes estrategias digitales la importancia del uso de datos y tecnologías avanzadas para mejorar la competitividad y sostenibilidad del turismo. En este

contexto, el análisis predictivo de la demanda, la monitorización de flujos turísticos y la optimización de recursos permiten avanzar hacia una planificación más informada y proactiva. En destinos maduros y de elevada presión turística, como muchas áreas urbanas, litorales y patrimoniales andaluzas, estas herramientas pueden contribuir a una mejor gestión de la estacionalidad, la congestión y los impactos territoriales asociados al turismo intensivo.

En el ámbito empresarial, la IA está transformando progresivamente la relación entre empresas turísticas y clientes. La investigación reciente destaca el papel de los sistemas de recomendación personalizados, los asistentes virtuales y el análisis automatizado de opiniones y valoraciones online como instrumentos para mejorar la calidad del servicio y la toma de decisiones. Estas aplicaciones permiten adaptar la oferta a perfiles y expectativas cada vez más diversos, reforzando la competitividad de los destinos. En el caso andaluz, donde predominan las pequeñas y medianas empresas, la adopción de soluciones tecnológicas accesibles

La UE ha subrayado la importancia del uso de datos y tecnologías avanzadas para mejorar la competitividad y sostenibilidad del turismo

y escalables resulta especialmente relevante, siempre que se acompañe de políticas de formación y apoyo a la digitalización, tal y como promueven diversas iniciativas europeas.

No obstante, la creciente incorporación de la IA al turismo plantea también desafíos ampliamente abordados en la literatura científica y en los informes de organismos internacionales. La Organización Mundial del Turismo ha advertido sobre la necesidad de integrar estas tecnologías desde una perspectiva ética y responsable, prestando atención a cuestiones como la protección de datos personales, la transparencia algorítmica y la equidad en el acceso a los beneficios de la innovación. Asimismo, el impacto de la automatización sobre el empleo y las condiciones laborales genera especial preocupación en un sector intensivo en mano de obra como el turístico, lo que obliga a situar la dimensión social en el centro del debate.

Desde esta óptica, la IA debe entenderse como una herramienta al servicio de los objetivos de desarrollo sostenible. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible ofrecen un marco de referencia especialmente pertinente para orientar la transformación digital del turismo hacia modelos más inclusivos, resilientes y respetuosos con el entorno. En Andalucía, la integración de la IA en las políticas turísticas puede contribuir a avanzar en metas relacionadas con el empleo de calidad, la innovación, la sostenibilidad de los destinos y la cohesión territorial, siempre que se articule desde una gobernanza participativa y alineada con el interés general.

Desde el ámbito académico, la IA se ha convertido también en una herramienta metodológica de creciente relevancia para la investigación turística. Técnicas como el análisis de sentimientos, la minería de textos o los modelos de aprendizaje automático están ampliando las posibilidades analíticas para estudiar percepciones, comportamientos y dinámicas turísticas complejas. Estas aproximaciones ofrecen, además, un campo fértil para el desarrollo de investigaciones aplicadas que conecten la universidad con las necesidades reales del sector turístico andaluz y con el diseño de políticas públicas basadas en evidencias.

En conclusión, la Inteligencia Artificial representa una oportunidad decisiva para avanzar hacia un modelo turístico más inteligente, innovador y sostenible en Andalucía. Sin embargo, su potencial solo podrá materializarse plenamente si se integra en estrategias de gobernanza que combinan tecnología, formación, ética y participación social. El desafío no es únicamente tecnológico, sino profundamente humano y territorial, y exige una visión a largo plazo coherente con los principios que inspiran las políticas europeas, la Agenda 2030 y el propio modelo de desarrollo turístico andaluz.

Hay destinos que se visitan
y otros que TE CAMBIAN.



la
ciudad
del
buen
vivir.



Ayuntamiento de
HUELVA

Andalucía debe apostar por el oleoturismo



Juan Ignacio Pulido y
Cristina Barzallo

Catedrático de la Univ. de Jaén / Profesora-Investigadora de la Univ. de Cuenca (Ecuador)

ANDALUCÍA, como principal territorio olivarero del mundo, posee una singularidad cultural, paisajística y productiva que ningún otro destino puede reproducir. Esta ventaja competitiva convierte al oleoturismo en una herramienta clave para diversificar la economía rural, fortalecer la cadena de valor del aceite de oliva y diferenciar el destino turístico andaluz en un mercado global cada vez más segmentado y experiencial. Su impulso no es solo una oportunidad: es una necesidad estratégica para el futuro del olivar y del propio territorio.

En primer lugar, el oleoturismo se enmarca en una tendencia internacional hacia los turismos de interés especial, caracterizados por la búsqueda de autenticidad, aprendizaje y participación activa en la vida local. El turista actual demanda experiencias culinarias, culturales y paisajísticas que vinculen producción agroalimentaria, territorio y gastronomía. En este contexto, el aceite de oliva y la cultura del olivar constituyen un recurso único, cargado de simbolismo y de capacidad evocadora, capaz de generar vivencias sensoriales completas basadas en el sabor, el olor, el tacto, la vista y el sonido del paisaje olivarero.

Desde una perspectiva económica, el oleoturismo ofrece a las almazaras una segunda cosecha, permitiendo diversificar su modelo productivo y fidelizar al visitante como prescriptor de marca. Las visitas, catas, talleres y actividades de interpretación generan vínculos emocionales que incrementan la compra directa y la recomendación, consolidando un canal estable de comercialización del AOVE. Además, constituye una herramienta de singularización que reduce la estacionalidad, crea barreras competitivas y refuerza la identidad de cada territorio olivarero.

Sin embargo, la mayoría de visitantes actuales todavía son oleoexcursionistas (sin pernoctación), lo que limita el impacto económico. Convertirlos en verdaderos oleoturistas, con estancias más largas y gasto diversificado en alojamientos, restauración y actividades culturales, es uno de los principales retos para maximizar el efecto multiplicador en el territorio. Para ello, es imprescindible evolucionar desde la oferta básica (visita + cata) hacia expe-



riencias diversificadas que integren gastronomía, salud, belleza, bienestar, tecnología inmersiva, talleres creativos y participación en labores del campo, especialmente durante la recolección, uno de los momentos con mayor valor experiencial.

El oleoturismo también es un vector estratégico para el desarrollo rural sostenible, al generar empleo cualificado, fijar población y activar servicios complementarios en zonas tradicionalmente dependientes del sector agrario. Además, fortalece el orgullo identitario y proyecta internacionalmente la cultura del olivar, favoreciendo su conservación y transmisión intergeneracional. No en vano, la demanda se orienta cada vez más a actividades de infotainment y edutainment, capaces de divulgar la cultura del AOVE de forma amena, participativa y formativa, adaptándose al nuevo perfil del turista conectado y culturalmente inquieto.

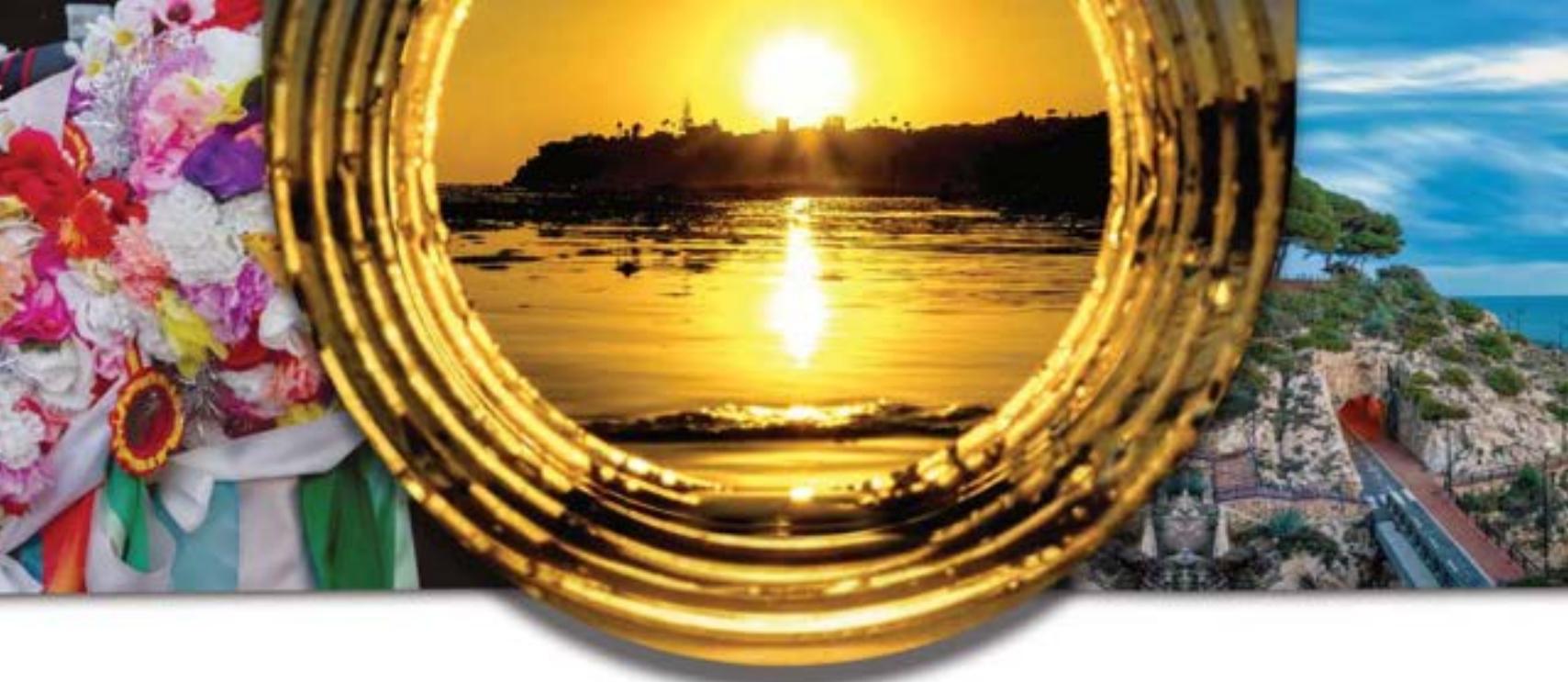
Andalucía cuenta ya con iniciativas pioneras (como OleotourJaén u Oleoturismo España) y de un tejido creciente de almazaras, museos y centros de interpretación que muestran una evolución hacia mode-

los más profesionales y colaborativos. Sin embargo, para consolidar su liderazgo, es imprescindible reforzar la profesionalización turística, impulsar redes regionales y nacionales de oleoturismo y favorecer la innovación continua en productos y servicios, alineándose con las tendencias globales del turismo creativo y experiencial.

En definitiva, Andalucía debe apostar por el oleoturismo porque representa una herramienta de enorme potencial para: (i) Impulsar el desarrollo socioeconómico sostenible del medio rural; (ii) Competir con éxito en la economía de la experiencia, ofreciendo productos únicos y memorables; (iii) Revalorizar el AOVE como emblema gastronómico, cultural y turístico de la región; (iv) Fidelizar consumidores y fortalecer la cadena oleícola; y (vi) Posicionar a Andalucía como referente internacional en turismo vinculado al olivar.

El oleoturismo no es solo una actividad turística: es un instrumento clave para una estrategia territorial, cultural y económica que puede marcar el futuro del olivar andaluz en el siglo XXI. En el marco de la nueva PAC, que sitúa la sostenibilidad, la innovación y la cohesión territorial en el centro de las políticas agrarias, el oleoturismo emerge como la gran oportunidad para que el mundo rural andaluz transforme su herencia milenaria en futuro, convirtiendo al olivar en un motor vivo de desarrollo, identidad y prosperidad compartida.

El oleoturismo no es solo una actividad turística: es un instrumento clave para una estrategia territorial, cultural y económica



más allá del verano

RINCÓN de la VICTORIA
Lleno de vida

COSTA DEL SOL • AXARQUÍA





María C. Puche-Ruiz

Profesora del Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo de la Universidad de Sevilla

PARA FRASEANDO al protagonista de *My Fair Lady* y haciendo gala, una vez más, de unas cifras de récord, los responsables del turismo en la ciudad siguen argumentando que el turismo en Sevilla es una pura maravilla. Sin embargo, la nueva campaña de la Junta de Andalucía ha venido a meter el dedo en la llaga de ese enamoramiento sobrenatural que el turista experimenta en la ciudad (el Andalusian Crush). Porque los residentes han empezado a reclamar un Andalusian Deal. O lo que es lo mismo, menos flechazo turístico en inglés y más convivencia real en andaluz.

La campaña Andalusian Crush no es más que la reinterpretación del “Síndrome de Stendhal” para el siglo XXI y en Andalucía. Tal como hiciera el escritor francés, personalidades de hoy aconsejan al turista extranjero que no se deje engatusar por los mitos andaluces, ya que puede acabar completamente aplastado/abrumado (en un evidente juego de palabras) por la belleza de la región. El target de esa iniciativa estaba claro, pero, ¿a quién apela El Trato Andaluz?

En un primer momento, podría pensarse que la pieza audiovisual se dirige a ese turista enamorado de Andalucía que, fruto de una ofuscamiento artística, pasa por alto en su viaje el respeto que debe a la región (Figuras 1 y 2). No obstante, la ausencia de subtulado llama la atención sobre el auténtico cariz de la campaña. Antes que a un turista de calidad

que visita la región, el mensaje parece orientarse a contentar a la ciudadanía. Y eso no puede evitar remitirnos a una etapa tan lejana como el tardofranquismo, cuando a algún responsable turístico se le ocurrió que era necesario que los españoles conocieran España (documentales retransmitidos por televisión). Porque nos encontramos ante una cam-

Pura maravilla... ‘El rayo que no cesa del turismo andaluz’



1



2

En noviembre, el Archivo de Indias acogió una iniciativa pionera, poniendo en marcha tres laboratorios ciudadanos enfocados en la innovación turística

paña de sensibilización a la inversa.

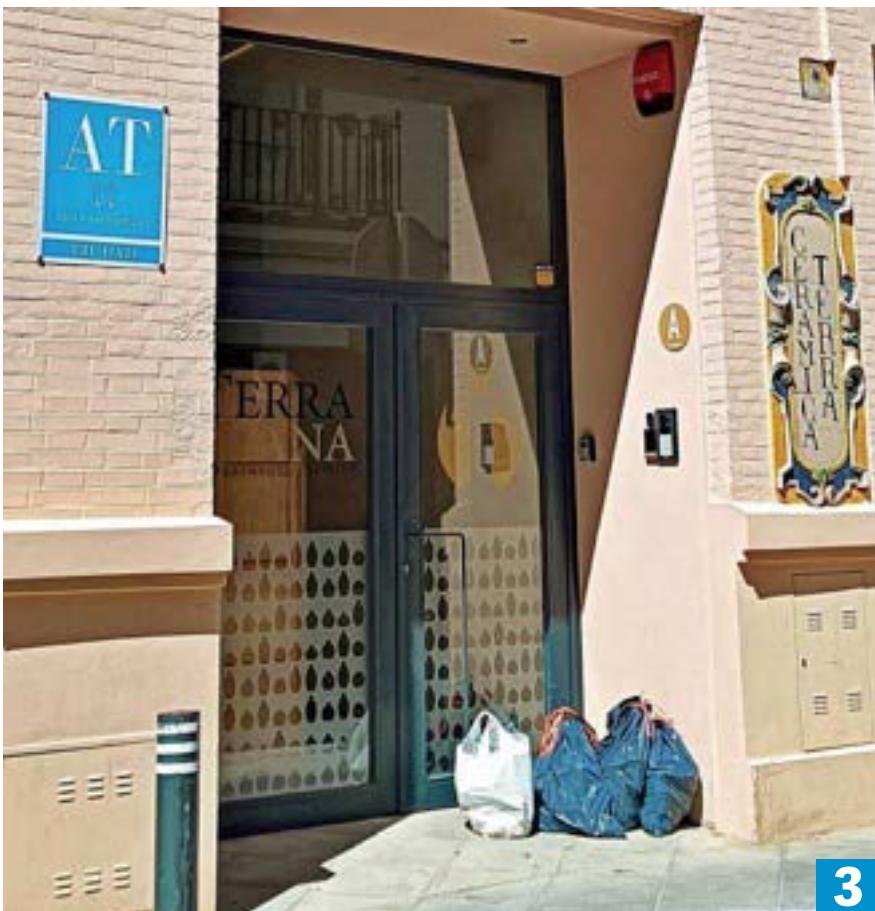
A finales del mes de noviembre, el Archivo de Indias acogió una iniciativa pionera, poniendo en marcha tres laboratorios ciudadanos enfocados en la innovación turística. El debate que trajo consigo la propuesta “Turistas y Anfitriones” puso de relieve el trasvase de la autenticidad sevillana del centro a la periferia,



NÍJAR

NATURALMENTE





3

conforme la gentrificación y la turistificación han desplazado a los residentes del casco histórico. Este espacio ya no solo sufre la colonización de los visitantes foráneos, sino también la invasión del dominguero, residente en las afueras que visita el centro para disfrutar de su monumentalidad y su oferta de ocio y gastronomía. Como si fuera un turista más.

Ante esta coyuntura, el Ayuntamiento de Sevilla abre un plazo extraordinario para el cambio de uso de las VUTs, mientras los residentes sevillanos participantes en el mencionado Laboratorio apuntan a un aspecto interesante. La imagen de marca original de la ciudad, con la que inició su actividad la Sevilla City Office en 2023 (el Muy famosa, muy desconocida de una ciudad que se presentaba al mundo llena de tradición y contrastes) resulta mucho más reconocible y atractiva que la propia marca turística posterior (el Sevilla Feeling Land que recurre, una vez más, a los tópicos pasionales de siempre) y mucho más, quizás, que El Trato Andaluz.

¿Podemos hablar, entonces, de una nueva oportunidad perdida? La autenticidad que ha abandonado el centro histórico es la que intenta reflejar (sin éxito) ese nuevo pacto, en el marco de una larga lista de promesas que parecen no cumplirse nunca. ¿Qué fue del famoso decálogo de buenas prácticas que los tu-

ristas debían encontrar en su alojamiento de corta duración? Muchos de ellos, si lo encuentran, hacen caso omiso, porque Triana sigue siendo uno de los barrios más sucios de la capital y los turistas continúan abandonando sus desperdicios caseros a pie de puerta o papelera (Figuras 3 y 4). ¿Qué fue de la promesa (torticera) de que las viviendas turísticas en los barrios tensionados no habrían de superar el 10%? Quizá se haya cumplido en el caso de las VUTs, pero los tecnicismos han jugado una mala pasada al ciudadano, porque los bloques completos de viviendas y los bajos comerciales son cada vez más requeridos por una industria que convierte en oro todo lo que toca, pero, mal gestionada, fagocita la identidad local. Y es que el Andalusian Crush, más que en enamoramiento y fascinación, ha derivado en tormento en determinadas áreas, como un rayo que no cesa.

Además, si es el ciudadano el que habla, ¿por qué la nueva campaña de la Junta está tan llena de tópicos como el Sevilla Feeling Land? ¿Quién ha dado y quitado la voz a la ciudadanía? ¿Por qué Feeling Land no muestra la ciudad de contrastes y autenticidad de su branding original? En definitiva, ¿por qué se empeñan Junta y City Office en inventarse nuestra voz? Si, como hemos visto,



4

Resulta imprescindible contar con una gobernanza turística real. Para no estar condenados a ser turistas dentro de nuestra propia ciudad

la delgada línea entre residentes y turistas se ha difuminado ya en el casco histórico, ¿estaremos condenados también a la indefinición de nuestra propia imagen audiovisual? Por eso resulta imprescindible contar con una gobernanza turística real. Para no estar condenados a ser turistas en nuestra propia ciudad.

Almería

a un paso del mundo

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





Cádiz ante el espejo: turismo, innovación y sostenibilidad



Manuel Arcila y Gema Ramírez

Grupo de Investigación de Planificación y Gestión litoral de la Universidad de Cádiz

HABLAR de turismo en la provincia de Cádiz es referirse a un territorio que ha sabido reinventarse sin renunciar a su esencia. Durante décadas, Cádiz ha sido sinónimo de playas, verano y turismo estacional. Sin embargo, la transformación digital, los cambios en las preferencias de los viajeros y, especialmente, el impacto creciente del cambio climático, han obligado al destino a repensar su modelo turístico.

En 2025, la provincia de Cádiz se ha consolidado como uno de los principales referentes del turismo azul y sostenible en España, situándose como la segunda provincia más visitada de Andalucía, solo por detrás de Málaga. Este éxito no es fruto de la casualidad. Cádiz ha evolucionado de forma consciente desde el tradicional modelo de “sol y playa” hacia un turismo más sostenible, centrado en la protección de los ecosistemas marinos y costeros e integrando recursos naturales y culturales bajo criterios de calidad y respeto al entorno. A ello se suma el desarrollo de iniciativas innovadoras en el interior de la provincia,

que aprovechan la riqueza natural y cultural de los municipios de la campiña y de la sierra gaditana. A esta diversidad de recursos turísticos en el interior (naturales, gastronómicos, históricos y etnológicos), la provincia aprovecha su notable concentración de bienes patrimoniales vinculados al mar —salinas, factorías de salazón romanas e instalaciones pesqueras tradicionales— para ofrecer un producto diferenciador que refuerza su identidad territorial y su oferta turística. Más allá de los datos cuantitativos, el pasado año ha evidenciado una tendencia de cambio en el perfil del visitante. Una parte importante del turista que llega a Cádiz busca experiencias auténticas, menos masificadas y más conectadas con la identidad local. Se interesa por la gastronomía, la cultura, el paisaje y el contacto directo con la población residente.

El turismo sigue siendo uno de los pilares económicos de la provincia de Cádiz y el principal motor de desarrollo en muchos de sus municipios. En el conjunto de Andalucía, con Cádiz como pieza clave, el sector turístico alcanzó en 2024 un récord histórico de empleo, representando más del 12% del total de personas ocupadas. La hostelería, que incluye alojamiento y restauración, concentra cerca de tres cuartas partes de este empleo y ha demostrado una capacidad de crecimiento superior a otros sectores, con un aumento interanual superior al 4%.

El turismo en Cádiz en 2025

La demanda turística en Cádiz ha mostrado un crecimiento sostenido y una notable capacidad de recuperación en los últimos años. Hasta octubre de 2025, la provincia recibió cerca de 5,7 millones de turistas, lo que supone un crecimiento significativo respecto a año anterior. Este dinamismo se refleja también en la recuperación total del mercado extranjero, que en 2024 ya había logrado superar los niveles previos a la crisis sanitaria, sumándose a un mercado nacional que ya lo había conseguido dos años antes. Cádiz se mantiene como el segundo destino provincial de Andalucía en número de turistas, solo por detrás de Málaga. Las pernoctaciones de turistas extranjeros se han mantenido en datos superiores a los 3 millones hasta octubre, cercano al dato alcanzado en 2024 con más de tres millones doscientos mil. Además, Cádiz continúa situándose entre los destinos mejor valorados por los visitantes, con puntuaciones superiores a 9 sobre 10 en los últimos años. Por otra parte, Cádiz destaca también por ser la provincia andaluza con mayor gasto medio diario por turista, lo que refuerza su posicionamiento como destino de calidad. Por último, es destacable el aumento de la cuota de pernoctaciones totales dentro de Andalucía, siendo del 15,7% hasta octubre del 2025, y situándose en segundo lugar de las provincias andaluzas por detrás únicamente de Málaga.

Los principales indicadores turísticos

confirman la posición de Cádiz como uno de los destinos más sólidos y competitivos de Andalucía, tanto en volumen como en calidad de la experiencia turística.

Más allá de las cifras, los datos reflejan varios aspectos clave del modelo turístico gaditano: estancias medias más largas que la media andaluza, un gasto diario elevado y una valoración muy positiva por parte de los visitantes. Todo ello apunta a un destino que apuesta por la calidad y la diversificación frente al turismo masivo de corta duración.

La comparación con otras provincias andaluzas permite identificar claramente las fortalezas del modelo turístico gaditano, así como algunos retos pendientes. Uno de los principales retos sigue siendo la conectividad aérea. El aeropuerto de Jerez presenta todavía un volumen de pasajeros inferior al de otros aeropuertos andaluces, lo que limita el crecimiento de determinados mercados internacionales. Asimismo, aunque la valoración del destino es muy positiva, existe margen de mejora si se compara con otras provincias como Sevilla o Jaén.

En cambio, Cádiz destaca por ser la provincia andaluza con mayor estancia media, lo que refleja la diversidad de su oferta y su capacidad para retener al visitante durante más tiempo. Con una estancia de siete días, Cádiz supera a otras provincias costeras como Málaga, Huelva o Almería. Este dato confirma la progresiva diversificación del destino, que combina los productos costeros tradicionales con otra oferta más innovadora y variada.

La comparación entre provincias andaluzas refuerza la singularidad del modelo turístico gaditano, especialmente en duración de la estancia y valoración del destino.

Una de las fuentes más innovadoras para analizar el turismo es el uso de datos anónimos procedentes de teléfonos móviles, que permiten conocer con mayor precisión cómo se distribuyen los visitantes en el territorio. En 2024, el turismo nacional llegó prácticamente a todos los municipios andaluces, lo que demuestra la enorme capilaridad del fenómeno turístico. Entre los municipios con mayor concentración de turismo nacional destacan cuatro localidades gaditanas, siendo: Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María, Chiclana de la Frontera y la ciudad de Cádiz (INE, 2025). Este dato confirma la importancia de Cádiz como destino costero, pero también como un territorio turístico diverso y bien distribuido, con capacidad de atraer visitantes en distintos puntos de la provincia.

Otro indicador que refleja la fortaleza del turismo gaditano es la Tarifa Media Diaria (Average Daily Rate) que mide el ingreso medio por habitación ocupada en los esta-

	2024	2025 (Hasta octubre)	Promedio Andalucía
Número de pernoctaciones extranjeras	3.235.032	3.028.179	39
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	54,9%	55,7%	39
Plazas en establecimientos hoteleros	41.394	41.813	39
Grado de ocupación hotelera	54,7%	59,1%	39
Número de turistas	8.311.817	8.067.553	39
Estancia Media (número de días)	6,8	7,0	39
Gasto medio diario (euros)	53,30	54,54	39
Valoración del destino: escala de 1 a 10	9,2	9,3	39

Fuente: Consejería de Turismo, Cultura e Deporte, 2025

Datos comparativos con el resto de las provincias andaluzas en 2025 (hasta octubre)							
	Almería	Cádiz	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	
Almería	8,0	7,0	2,8	4,2	8,8	3,8	8,0
Media							
Llegadas pasajeros internacionales	355.113	384.717	—	471.412	—	471.412	3.819.792
ATM de pernoctaciones establecidas hoteleras	1.047.818	8.046.570	1.871.280	5.262.278	3.817.818	160.619	29.980.883
Valoración del destino	8,8	9,1	9,0	8,0	8,8	9,0	9,2

Fuente: Consejería de Turismo, Cultura e Deporte, 2025



blecimientos hoteleros. De esta manera, en agosto de 2025 cuatro municipios de la provincia de Cádiz (Chiclana de la Frontera, Tarifa, Cádiz y El Puerto Santa María) se situaron entre los destinos con los precios hoteleros medios más alto de toda España. Especialmente llamativo es el caso de Chiclana de la Frontera, que con una tarifa media superior a los 260 euros se posicionó como el tercer municipio más caro de España.

En 2025, la provincia de Cádiz se ha consolidado como uno de los principales referentes del turismo azul y sostenible en España

El turismo de crucero sigue siendo una pieza fundamental de la entrada de turista por el puerto de la Bahía de Cádiz. La apuesta de la provincia por la mejora e innovación en la oferta portuaria ha servido para mantener el crecimiento sostenido de la llegada de pasajeros, situándose en 2024 muy cerca de los 700.000 cruceristas, convirtiéndose en el primer destino crucerista de Andalucía superando claramente a Málaga. Esta apuesta ha favorecido el aumento de las escalas con pernoctación, es decir, cruceros que pasan al menos una noche en la ciudad, lo que incrementa el impacto económico del destino. En noviembre de 2025, el número de escalas y pasajeros con pernoctación aumentó de forma significativa respecto al anterior, consolidando a Cádiz como el principal puerto de cruceros de Andalucía.

Los datos de pasajeros confirman el papel estratégico del puerto de la Bahía de Cádiz como principal puerta de entrada del turismo de cruceros en la comunidad autónoma. Casi la mitad de los pasajeros de cruceros que llegan a Andalucía lo hacen a través del puerto de la Bahía de Cádiz, muy por delante de otros puertos como Málaga. Este liderazgo refuerza la posición de la provincia como nodo clave del turismo marítimo y urbano en el sur de Europa.

Si observamos la evolución de pasajeros desde 2008 se confirma un crecimiento sostenido del turismo de cruceros, con la única excepción del periodo afectado por la pandemia. Los datos correspondientes a 2025 recogen únicamente el periodo hasta el mes de octubre.

El mercado nacional continúa siendo el principal soporte del turismo en Cádiz, representando en torno a dos tercios de la demanda total. No obstante, Cádiz ha ganado un peso internacional notable. Entre los mercados internacionales más relevantes destacan el Reino Unido, Alemania y Francia, aunque en los últimos años se ha observado un crecimiento muy notable de otros emisores europeos y norteamericanos. En destinos como Tarifa, Cádiz atrae a un perfil internacional de mediana edad, especialmente procedente de países como Holanda, Suiza o Alemania, interesado en actividades especializadas vinculadas al turismo azul.

La estacionalidad sigue siendo uno de los grandes retos del turismo en la provincia de Cádiz, aunque en los últimos años se aprecian avances claros. Así lo refleja también el propio sector, que reconoce una mejora progresiva de la actividad en los meses tradicionalmente considerados de temporada baja (Diario de Cádiz, 12 de octubre 2025). Aunque el tercer trimestre sigue concentrando el mayor volumen de visitas, se observa una tendencia a

► la baja en la concentración estival, favoreciendo los flujos turísticos en el primer trimestre del año, que ha ganado peso respecto a años anteriores. De esta manera, la distribución actual de la demanda muestra un mayor equilibrio entre estaciones, con un peso creciente de la primavera y el otoño frente al tradicional dominio del verano. Otro indicador de esta tendencia desestacionalizadora es la situación de Cádiz como uno de los diez primeros destinos turísticos elegidos en todos los meses del 2024 y del 2025 (INE, 2025). Para reducir la dependencia del verano, la provincia ha apostado de forma decidida por la diversificación, incorporando segmentos como el turismo cultural, gastronómico, deportivo, de naturaleza, salud y patrimonio. El objetivo es ofrecer motivos para visitar la provincia los 365 días del año, aprovechando recursos que no dependan exclusivamente del clima cálido del que disfruta la provincia en los meses estivales.

En especial, la gastronomía marina tradicional, con productos emblemáticos como el atún o el garum, se ha convertido en uno de los grandes reclamos fuera de la temporada alta. Es por ello por lo que, en 2024, Málaga, Sevilla y Cádiz se situaban entre las diez provincias españolas con mayor oferta de establecimientos de restauración.

Los grandes eventos culturales siguen siendo uno de los principales motores de atracción turística fuera de la temporada alta. Eventos consolidados como el Carnaval de Cádiz o la Feria del Caballo de Jerez generan un gran interés en redes sociales y atraen a miles de visitantes en períodos tradicionalmente menos masificados. En determinados momentos de los últimos años, el turismo de interior ha mostrado incluso un mayor dinamismo que el litoral, con crecimientos más intensos en el número de pernoctaciones. Además, este tipo de turismo es especialmente bien valorado por la población residente, al generar menor presión sobre los espacios más saturados y contribuir a la revitalización de las zonas rurales.

En los últimos años, la desestacionalización ha pasado de ser un objetivo teórico para convertirse en una realidad cada vez más visible en la provincia de Cádiz. Ciudades como Cádiz, Jerez, San Fernando o El Puerto de Santa María han reforzado su programación cultural durante los meses de otoño e invierno, atrayendo a un público interesado en el patrimonio, los festivales y los eventos culturales.

Por último, el visitante que llega a Cádiz viaja mayoritariamente en pareja o en familia, organiza su viaje de forma independiente y prescinde, en la mayoría de los casos, de paquetes turísticos cerrados.

Innovación y tecnología al servicio del turismo en Cádiz

La provincia ha dado un salto cualitativo en la gestión turística gracias a la digitalización de sus recursos patrimoniales. Parte de sus municipios costeros se han integrado en el programa de Destino Turístico Inteligente. La innovación se materializa en el uso de herramientas como inventarios georreferenciados, señalización mediante códigos QR o plataformas digitales de storytelling que permiten interpretar el paisaje cultural de forma autónoma y atractiva.

El uso de datos masivos se ha convertido en una herramienta clave para mejorar la gestión turística del territorio. Existen ini-

traciones públicas han apostado por la digitalización de los destinos, impulsando plataformas de información turística inteligente, aplicaciones móviles y sistemas de gestión de flujos de visitantes. Estas herramientas permiten anticipar picos de afluencia, mejorar la experiencia del turista y reducir la presión sobre los espacios más sensibles. Estos procesos se están iniciando en la actualidad, pero en un futuro próximo pondrán verse los primeros resultados de estas nuevas herramientas de gestión.

El sector privado, por su parte, ha incorporado soluciones tecnológicas para la gestión de reservas, la personalización de servicios y la mejora de la eficiencia energética. Alojamientos, empresas de actividades y restaurantes utilizan datos para conocer mejor a sus clientes y adaptar su oferta.

La innovación también se refleja en la promoción turística. Cádiz ya no se vende solo como destino de verano, sino como un territorio diverso, accesible y lleno de experiencias durante todo el año.

Impacto del cambio climático en el turismo gaditano

El cambio climático se ha convertido en el mayor desafío para el presente y el futuro del turismo en la provincia de Cádiz. La erosión costera, la pérdida de playas, el aumento del nivel del mar y la mayor frecuencia de episodios climáticos extremos ya están afectando a los espacios turísticos del litoral e interior gaditano.

Estos cambios no solo alteran el paisaje, sino que condicionan la experiencia del visitante y la planificación turística. Si bien puede favorecer visitas en primavera u otoño, los veranos excesivamente calurosos podrían desplazar la demanda hacia otros destinos o reducir el bienestar del visitante. Los espacios como el Parque Natural de la Breña y Marismas del Barbate sufren la degradación de dunas y humedales. La vulnerabilidad es especialmente alta para los restos arqueológicos expuestos a la erosión marina, lo que pone en riesgo recursos turísticos de valor incalculable. El cambio climático ya no es una amenaza futura, sino una realidad presente en el día a día del turismo en Cádiz. Algunas playas, como las de Chipiona, se encuentran entre las más vulnerables del litoral andaluz y podrían experimentar una pérdida significativa de arena antes de finalizar el siglo (Diario de Cádiz, 02 de septiembre 2025).

Estos impactos obligan a replantear el modelo turístico y a buscar soluciones a largo plazo. Ante este escenario, el modelo de gestión turística está evolucionando



El liderazgo de Cádiz en el turismo de cruceros en Andalucía				
Provincia	Pasajeros 2010	Pasajeros 2014	Pasajeros 2023 (hasta octubre)	% crecimiento total Andalucía (2023)
Almería	8.000	13.200	27.400	1.62
Provincia de Cádiz	679.546	695.173	525.162	41.00
Huelva	2.000	3.000	2.876	0.24
Málaga	363.890	472.479	478.368	44.64
Madrid	34.000	58.849	32.413	3.83
Sevilla	25.728	21.305	24.867	2.36
Andalucía	1.348.812	1.262.233	1.071.967	100

Fuente: Consejería de Turismo, Cultura y Deportes, 2023



ciativas públicas para adquirir datos de posicionamiento de teléfonos móviles para conocer con precisión la distribución de los flujos turísticos y evitar la masificación y poder gestionar las dinámicas turísticas territoriales. Además, se analizan miles de opiniones publicadas en redes sociales y plataformas turísticas para conocer en tiempo real el grado de satisfacción y la percepción de los visitantes.

La innovación se ha convertido en una palabra clave del discurso turístico gaditano. En 2025, hablar de turismo ya no es solo hablar de hoteles y playas, sino de tecnología, datos y nuevas formas de relación entre el destino y el visitante. Las adminis-



hacia el denominado Marketing Azul, basado en principios socioambientales que priorizan la conservación, el bienestar local y la sostenibilidad a largo plazo. Proyectos de investigación como VIGIA, desarrollados desde la Universidad de Cádiz, permiten analizar la vulnerabilidad de los destinos y anticipar escenarios futuros para una toma de decisiones basada en datos. El proyecto parte de la premisa de la necesidad de desarrollar herramientas que midan y evalúen el riesgo de desastres naturales y el impacto del cambio climático en un destino turístico para establecer las medidas correctoras adecuadas. Estos índices ayudarán a identificar las áreas más vulnerables y a desarrollar estrategias para reducir el riesgo y mejorar la resiliencia. Por todo lo anterior, es imprescindible la creación de instrumentos que permitan agilizar y marcar el camino hacia una gestión basada en la información. Como recordaba Lord Kelvin, “lo que no se mide no se puede mejorar”, una idea que resume la importancia de contar con herramientas que orienten la gestión turística.

Medidas de adaptación y sostenibilidad

Ante el reto de la mitigación y adaptación a las consecuencias del cambio climático, desde la administración pública y el sector empresarial gaditanos se deberían tomar medidas que nos preparen para este nuevo escenario. Entre las principales medidas a llevar a cabo, destacan la inversión en infraestructuras resilientes, la protección de los sistemas dunares, la mejora de la gestión del agua y la promoción de una movilidad más sostenible. Asimismo, la gestión de los recursos hídricos es crítica para evitar cortes de suministro durante los picos de afluencia turística. Por otra parte, se debería incentivar el uso de transportes con menor huella ecológica, como la bicicleta y el transporte público eficiente. Véase como ejemplo, el caso de la vía EuroVelo 8 (Ruta del Mediterráneo) que recorre más de 5.900 km a lo largo de la costa del Mediterráneo, conectando las

ciudades de Cádiz a Atenas y atravesando 9 países, o la creación del tranvía TramBañía que ha cumplido tres años con casi 6 millones de usuarios acumulados desde su inauguración.

La educación es clave. Se deben implementar, principalmente por parte de la administración local, programas de sensibilización para que turistas y empresarios adopten comportamientos sostenibles. También, la provincia de Cádiz lidera en certificaciones de calidad como la Bandera Azul, que garantiza una gestión ambiental de excelencia en playas y puertos. El uso de energías renovables en instalaciones costeras y el fomento de productos de “kilómetro cero” son prácticas habituales en la oferta alojativa moderna. Por último, es destacable el esfuerzo de la Autoridad portuaria de la Bahía de Cádiz para poner en marcha el sistema OPS que convierte al puerto de Cádiz en el primero de España capaz de suministrar electricidad a los cruceros atracados, una actuación que ayudará a reducir las emisiones de las naves cuando están atracadas en la ciudad. Esta actuación se une a una transformación más amplia que significaría el uso de combustibles alternativos, la mejora en la eficiencia energética y la utilización de tecnologías emergentes que sitúa al puerto de la Bahía de Cádiz y a la provincia como punta de lanza de un modelo mucho más sostenible de actividad turística de cruceros (Diario de Cádiz 02 de enero 2026)

A modo de conclusión

El año 2025 marca un punto de inflexión en la forma de entender y gestionar el turismo en la provincia de Cádiz. Lejos de limitarse a la recuperación de cifras previas

La tecnología es una aliada para proteger el territorio, redistribuir flujos turísticos y favorecer la cohesión social y territorial

a la pandemia, el destino ha avanzado hacia un modelo más complejo, diverso y consciente de sus límites. La innovación, la desestacionalización y la apuesta por nuevas experiencias han demostrado que es posible crecer sin perder identidad, y que el turismo puede convertirse en un aliado del territorio cuando se gestiona con visión de futuro.

Cádiz ha aprendido que no todo el turismo en la costa es turismo azul. Solo aquel que equilibra el disfrute con la conservación de los ecosistemas, el respeto por la cultura local y el bienestar de la población residente puede considerarse verdaderamente sostenible y rentable a largo plazo. En este sentido, la sensibilización de todos los actores —administraciones, empresas, visitantes y ciudadanía— se revela como una condición indispensable para consolidar este cambio de modelo.

La provincia tiene ante sí la oportunidad de consolidarse como un auténtico laboratorio de turismo azul a escala internacional. Un territorio donde la calidad prima sobre la cantidad, donde se limite la presión sobre los espacios más frágiles y donde se apueste por un visitante que valore el patrimonio natural, cultural y social. Este enfoque no solo protege el destino, sino que refuerza su atractivo y su competitividad en un contexto global cada vez más exigente.

No obstante, el éxito turístico también plantea retos importantes. La percepción social es ambivalente: se reconocen los beneficios económicos del turismo, pero crecen las preocupaciones en torno al acceso a la vivienda, la transformación del comercio tradicional y la pérdida de identidad en determinados barrios y municipios. Evitar que los procesos de turistificación se intensifiquen será clave para mantener el equilibrio entre actividad turística y calidad de vida.

En este escenario, la investigación y la innovación juegan un papel estratégico. El desarrollo de herramientas que permitan anticipar los efectos del cambio climático, evaluar la vulnerabilidad del territorio y estimar las posibles pérdidas económicas resulta esencial para una toma de decisiones ágil y fundamentada. La tecnología ya no es solo un instrumento de promoción, sino una aliada para proteger el territorio, redistribuir flujos turísticos y favorecer una cohesión social y territorial más equilibrada.

Podemos imaginar el turismo gaditano como una almadraba milenaria: solo si respetamos los ciclos de la naturaleza y cuidamos las artes tradicionales que han guiado durante siglos la relación entre el mar y la comunidad, podremos seguir aprovechando de forma sostenible este mar de oportunidades. El futuro del turismo en Cádiz dependerá, en última instancia, de su capacidad para mantener ese delicado equilibrio entre prosperidad económica, conservación ambiental y bienestar social.



El turismo azul como un modelo evolucionado de sostenibilidad territorial



Mª del Carmen García / Juan Carlos Pérez

Profesores del Departamento de Economía y Empresa de la UAL

AHORA que tenemos un rato, nos gustaría comentaros la experiencia de estos últimos años en un congreso internacional que quizás no tenga el reconocimiento que se merece. Estamos hablando del Sun&Blue Congress.

Desde hace tres años, Almería congrega a más de mil profesionales del ámbito público, empresarial y académico-científico en el Congreso de Turismo y Economía Azul Sun&Blue Congress, un foro ya consolidado como referente en el sur de Europa. Este noviembre de 2025 se celebró su última edición, con representación internacional y participantes procedentes de 37 países invitados. Este marco de intercambio de conocimiento se está afianzando como una plataforma clave para analizar y dar respuesta a los grandes retos que afrontan hoy las zonas costeras, al tiempo que contribuye a detectar oportunidades de desarrollo sostenible, innovador y competitivo, esenciales para el crecimiento de las regiones litorales.

La misión del congreso se alinea con el concepto de economía azul. El año pasado, tuvimos la oportunidad de disfrutar, en este mismo congreso, de una ponencia del creador de este término, Gunter Pauli, impulsado y popularizado a partir de 2010, especialmente con la publicación de su libro *The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs*. Gunter Pauli es un economista y emprendedor belga, fundador de la iniciativa ZERI (Zero Emissions Research and Initiatives) que creó su propuesta a partir de una evolución crítica de la economía verde, plan-

teando que la sostenibilidad no debe basarse solo en reducir impactos, sino en rediseñar los sistemas productivos para que funcionen como los ecosistemas naturales: sin residuos, generando valor local y empleo. Es curioso, porque en un principio el color azul no hacía referencia directa a océanos o costas, sino a la Naturaleza como sistema: el azul se usó como contraposición a la "economía verde", que Pauli consideraba a veces costosa, elitista o basada en subsidios. Posteriormente, sobre todo a partir de la década de 2010, instituciones internacionales (UE, Banco Mundial, FAO) adoptaron el término economía azul para referirse de forma específica a las actividades económicas ligadas a mares, océanos y zonas costeras.

La economía azul ofrece una visión integral de las actividades económicas vinculadas a los océanos, mares y recursos hídricos, promoviendo la innovación, la productividad y la conservación del entorno marino. Entre los sectores representados se encuentran la pesca, la acuicultura, el turismo, la biotecnología, la energía y el transporte, entre otros; ámbitos interconectados que comparten competencias, infraestructuras y un compromiso común con el uso responsable de los recursos marinos. Desde esta perspectiva, el turismo se integra con otros sectores, generando sinergias que permiten optimizar el uso de los recursos, diversificar la oferta y aumentar la resiliencia de los territorios costeros. Las actividades turísticas, productivas, científicas y energéticas se conectan en un modelo cohe-

rente que favorece la innovación, la planificación estratégica y una gestión más eficiente y sostenible de los destinos del litoral.

En 2025, la programación de Sun&Blue Congress se articuló en torno a cuatro ejes temáticos: turismo, agua, energía, y municipios y territorios azules, incorporando además cuestiones transversales como financiación, tecnología, economía circular, aprovechamiento de recursos hídricos, digitalización y gestión sostenible de destinos. Junto a ponencias y mesas de debate, se desarrollaron actividades paralelas, como visitas guiadas a empresas o espacios de networking, que reforzaron la dimensión práctica del encuentro. Asimismo, destaca la presencia de dos iniciativas orientadas a la investigación y la transferencia del conocimiento: Sun&Blue Research y el Blue Innovation Challenge, que impulsa el talento joven mediante proyectos innovadores vinculados a la economía azul del Mediterráneo, en colaboración con la Universidad de Almería como motor de generación de conocimiento. En la misma línea, los Sun&Blue Awards reconocieron las propuestas más sobresalientes en innovación y sostenibilidad, subrayando el compromiso del congreso con la excelencia y el emprendimiento. La Universidad de Almería refuerza su papel como referente en generación y transferencia de conocimiento en turismo y economía azul, liderando un comité científico formado por investigadores de reconocido prestigio de diversas instituciones académicas españolas.

En resumen, Sun&Blue Congress evidencia que la economía y el turismo azul no son una tendencia pasajera, sino una realidad en expansión, con capacidad para generar empleo, innovación y desarrollo local, y para promover la reflexión y el aprendizaje necesarios que permitan orientar el futuro del sector hacia una sostenibilidad cada vez más sólida y efectiva.

Desde hace tres años, Almería congrega a más de mil profesionales del ámbito público, empresarial y académico-científico en el Sun&Blue Congress

Las mascotas también se van de vacaciones



Tomás López-Guzmán

Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba

A relación que existe entre las personas y sus mascotas, especialmente los perros, es cada vez más estrecha, y ello implica que el número de familias que tiene un perro sea cada vez mayor. De hecho, en la actualidad, se estima que existen aproximadamente 9,5 millones de perros en España. Los animales domésticos en general, y los perros en particular, cambian la vida de las familias con las que conviven, mejorando generalmente su nivel de bienestar. Así, los propietarios de los perros van menos al médico, tienen la tensión arterial más baja y su probabilidad de sufrir riesgos cardíacos es menor. Por otro lado, el perro es un facilitador social que permite aumentar la socialización de su propietario. En consecuencia, los perros dejan de ser un objeto y se convierten en una parte importante de la propia familia. A su vez, esta relación implica un importante desembolso económico para la familia ya que cada perro tiene un gasto medio anual de unos 1.200 euros, es decir, la tenencia de un perro también afecta a la estructura del gasto familiar.

Todos estos datos refuerzan la idea de que los perros cada vez tienen un mayor rol en la vida de los humanos. Obviamente, ello implica que los perros, al igual que, por ejemplo, los hijos, influyen en la planificación de las vacaciones de la familia, sobre todo en el caso de los viajes domésticos, y centrados en unas vacaciones no consistentes en el desplazamiento a una segunda residencia. Los perros son importantes compañeros de viaje y, en consecuencia, una actividad, como es el turismo, considerada en principio solo para humanos se convierte también en una actividad para viajeros "no humanos" ya que durante el viaje los perros también consumen unos determinados bienes y servicios. Además, existe una creciente disposición a pagar por parte de las familias un precio más elevado por sus vacaciones con el fin de viajar acompañados de sus mascotas y de garantizarles una mayor comodidad durante dicho viaje.

Las motivaciones para viajar con un perro son tanto humanas como caninas. Entre las motivaciones humanas se encuentran que el perro es un miembro más de la familia o que las familias tienen mejores vacaciones si viajan acompañados de su mascota. Y entre las motivaciones caninas se encuentran que el perro puede aprender habilidades viajan-



do a otros lugares, con lo cual se refuerza la sociabilidad de los perros o que los perros, al igual que los restantes miembros de la familia, también necesitan unas vacaciones.

Cuando se viaja con una mascota es fundamental tener en cuenta tanto el medio de transporte utilizado como el alojamiento en el destino. En cuanto al medio de transporte, lo más habitual es realizarlo con el vehículo de la familia. Si lo realiza en tren o en autobús está sujeto a la normativa para viajar en este tipo de transportes. En cuanto al

Los destinos turísticos han de tener en cuenta que si quieren ser un destino 'pet-friendly' deberán de crear las condiciones adecuadas

alojamiento en el destino, se puede optar por un apartamento turístico que permita el alojamiento de mascotas o por un hotel que

permitan mascotas. En el caso del hotel, es necesario analizar la relación que existe entre las personas que viajan con mascotas y su interrelación con las personas que no viajan con mascotas. De hecho, es necesario un estudio en los establecimientos hoteleros acerca de la posibilidad de crear espacios denominados dog-friendly ya que podría ser una política adecuada por parte de los alojamientos hoteleros de aceptar mascotas, incrementando los ingresos por habitación de los hoteles. Este aumento se podría denominar "tasas por mascotas" y que serviría para pagar el incremento del coste de la limpieza de la habitación. Además, ello reforzaría la fidelidad hacia el establecimiento hotelero por parte de la familia. En este caso, existe una línea roja: la mascota se aloja en la misma habitación que sus humanos. Asimismo, en el destino es fundamental que cerca del apartamento turístico o del hotel exista un parque o una zona de esparcimiento para la mascota. Por otro lado, si el destino tiene playa en muchas ocasiones las mascotas no pueden entrar en época estival, acotándose generalmente alguna playa del municipio para que puedan entrar los perros.

Asimismo, los destinos turísticos han de tener en cuenta que si quieren ser un destino pet-friendly, y atraer a esta nueva tipología de viajeros, deberán de crear las condiciones adecuadas para que las vacaciones de las mascotas, y de sus familias, sean lo más satisfactorias posible.

Finalmente, si no se puede viajar con la mascota nunca se debe de abandonar ya que siempre existen otras alternativas y así, cuando volvamos a casa, nos podamos reunir con nuestra mascota.

El turismo ante un relicario de tradiciones



Rafael Leopoldo Aguilera

Cofrade de la Semana Santa de Almería

LA Semana Santa de Almería es una de las celebraciones más importantes y tradicionales de la ciudad, llena de historia, arte y pasión. Vivir estos días en Almería es una experiencia única que combina la devoción religiosa y el fervor espiritual con una atmósfera festiva y cultural muy especial. La fiesta de los sentimientos y las emociones a pie de calle.

En las vetustas y señeras calles y plazas del casco histórico se contemplan los solemnes cortejos procesionales de las Hermandades y Cofradías pasionistas, las cuales van a realizar simbólicamente el Credo niceno-constantinopolitano enmarcado en el interior de la Estación de Penitencia a la Santa y Apostólica Iglesia de Nuestra Señora de la Encarnación, transitando por el Santuario de Nuestra Señora La Virgen del Mar Coronada bajo el rectorado de los padres dominicos.

Las procesiones de Almería, que fueron declaradas de Interés Turístico Regional el 23/09/2003 y 17/07/2006 y de Interés Turístico Nacional el 08/01/2019, es la gran fiesta de la espiritualidad, la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo, un hecho histórico que marcó la historia de la humanidad al conmemorarse en estos momentos, desde el angular de la religiosidad popular, en una simbiosis de elevada belleza para los sentires del alma y el corazón, un cúmulo de casuísticas y efectos que impregnán a todos cuantos se acercan a presenciar con admiración y sorpresa la gran celebración extratípica de la plenitud de la vida ante la llegada de la pascua flo-

rida.

La Costa de Almería de sol y playa, de desierto y alpujarra con una excelente calidez ambiental, sus 103 municipios se convierten durante la Cuaresma y la Semana en un quinto Evangelio según los amanuenses, una primavera adelantada, con una luz sublime entre el cielo y el mar mediterráneo, en el gran acontecimiento que no deja indiferente a quienes nos visitan como turistas de la cultura religiosa durante estas fechas, quedando prendados ante el legado histórico y antropológico del relato a través de la imaginería, pasos, tronos, sonidos, los silencios entre hábitos, nazarenos, mujeres ataviadas con la clásica mantilla negra, costaleros, pletóricos enseres, las fragancias en el aire del incienso y los demás elementos de plasticidad de este teatro divino que nos hace acariciar la plenitud.

Los 103 municipios de la provincia se convierten durante la Cuaresma y la Semana en un quinto Evangelio, una primavera adelantada de luz sublime

tud de la vida a impulso de las almas y del carisma de un pueblo que se convierte en el verdadero sustento de nuestra celebración porque estamos en el convencimiento de que nuestra Semana Santa supone revivir el acontecimiento de nuestra salvación eterna.

La Costa de Almería es un reino de belleza en la Cuaresma y la Semana Santa, es un mismo espíritu marcado por el movimiento cofrade en comunión eclesial. Un encuentro multitudinario de amores y sentires con los siglos. Una sinfonía de amor y de aromas. Un jardín encendido por las candelerías

que mecen al viento y se extienden en interminables filas de luz ardiendo al ritmo de los pasos en el que todos cuantos participan activamente desde el cortejo o presenciándolo, guardando silencio, aplaudiendo, persignándose, inclinándose la señal de la Santa Cruz, arrodillándose, o con los brazos abiertos rezando un Padrenuestro o un Ave María, o cualquier otro gesto de la piedad católica, hacen suya esta fiesta religiosa que se contrae en la fe en Cristo.

Al escribir estas líneas y a nuestro modo huele a Semana Santa a la espera de encontrarnos en cualquier esquina del atardecer, abarrotada de cientos de personas venidos de todas las partes a encontrarse con la negritud de los nazarenos, que nos anunciarán que Cristo con su muerte nos dio la vida, que Cristo sale al encuentro de todos los hombres y mujeres que se acercan a pie de calle y al interior de los templos ante el Sagrario porque todos somos hijos de Dios.

Almería en breves días se hace Jerusalén y se caracteriza por visualizar la pasión según los barrios con sus sedes canónicas, tras la obligada estación penitencial en la Catedral de la Encarnación en presencia del mitrado Obispo diocesano y cabildo de canónigos con el traje

coral de la canonja, clero secular y regular con sotana o hábito y bonete, autoridades enlutadas en el ejercicio de sus potestades públicas y la Agrupación de hermanadas y cofradías dando cumplimiento pastoral y de apostolado a sus Reglas, siendo acogidos todos en la fervorosa imagen del indaliano Jesús de Perceval: El Santo Cristo de la Escucha.



El Puerto de Almería se abre a la ciudad



**María del Rosario
Soto Rico**

Presidenta de la Autoridad
Portuaria de Almería

LEl Puerto de Almería se abre a la ciudad como un gran atractivo turístico, además de un lugar de importante valor sociocultural para los almerienses. Dos hectáreas de suelo portuario, de las seis que desde la autoridad portuaria urbanizaremos, ya están ejecutadas promoviendo la transformación urbanística más relevante de la ciudad de Almería para los próximos 30 años.

La entrada al Muelle de Levante y la explanada anexa hasta el cantil de Ribera I se han convertido en espacios accesibles, permeables, en una zona que moderniza el frente marítimo con mármol Blanco, Dekton y travertino, que quedará conectada al eje vertebral de la ciudad de Almería. El renovado espacio portuario, que estará presidido por la bandera de España más grande de la provincia con 96 metros cuadrados, se inaugurará en este primer trimestre de 2026, una vez esté concluida la nueva fachada del edificio administrativo de la Autoridad Portuaria de Almería (APA), que simula un barco de vidrio y Dekton, y haya concluido la rehabilitación de los tres elementos del patrimonio cultural portuario ubicados en este entorno y en los que la APA ha invertido más de dos millones de euros para su puesta en valor: la locomotora Deutz, adquirida por el puerto en 1929; la grúa Babcock & Wilcox, que data de la década de los años sesenta y se convertirá en un mirador musealizado; y el tinglado de principios de siglo XX que también dotará de 2.600 metros de sombra a los espacios para disfrute ciudadano; un patrimonio restaurado que se suma al Carbadero de mineral El Alquife de Almería

(Cable Inglés), bien de interés cultural abierto por esta autoridad portuaria como largo paseo en altura sobre el Mediterráneo en 2023.

Una transformación que tomará impulso este año, con el inicio de la ejecución de la fase principal del puerto-ciudad con la previsión de culminar la integración urbana en su plenitud a finales de 2028. Esta fase implica la urbanización del Muelle de Levante, incluyendo hostelería y zonas ajardinadas transitables, convirtiendo el morro del muelle en una gran plaza-anfiteatro; la ampliación del puente peatonal que conecta Muelle de Levante y Las Almadrabillas y la urbanización también de esta última zona hasta el

Club de Mar. La actuación sobre 4,5 hectáreas supone una inversión de 24 millones de euros, cofinanciada con 15 millones de euros aportados por la Junta de Andalucía, gracias al compromiso del presidente del Gobierno andaluz, Juanma Moreno, con el Puerto de Almería.

La apertura del puerto redundará en beneficio del destino turístico Almería, también por vía marítima a través del impulso del sector cruceros, que en el último año ha experimentado un crecimiento del

El paseo del Muelle de Levante del Puerto de Almería, con hostelería y zonas ajardinadas, acabará en una gran plaza-anfiteatro

40% respecto a 2024 y para el cual la APA está culminando instalaciones y promoviendo proyectos que mejorarán el servicio a sus pasajeros. Cabe destacar la recién ejecutada pasarela en el Muelle Riberia II, que conecta los cruceros con la estación marítima y ha supuesto una inversión de 2,7 millones de euros, la terminal específica para cruceristas y la renovación de la estación marítima y los edificios anexos, cuya redacción de proyecto ya se ha licitado con la previsión de licitar la obra en el tercer trimestre del presente ejercicio con un presupuesto estimado de 4,2 millones de euros.

Mejor comunicado y sin barreras por poniente

También hemos transformado la entrada al Puerto de Almería por poniente con el acceso directo desde la N-340. Con la ejecución de esta obra, en la que la APA ha invertido con fondos propios 2,8 millones, se resuelve la primera fase de una de las grandes reivindicaciones de la comunidad portuaria y la ciudad de Almería como es la conexión directa de las instalaciones del puerto con la A7, actuación que está previsto lleve a cabo el Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible una vez el próximo verano concluya la redacción del proyecto. Además de los beneficios para el tráfico ro-



Proyecto de urbanización del morro del Muelle de Levante

dado, las posibilidades de crecimiento en tráfico marítimo por la diversificación de mercancías que ahora puede entrar al puerto y la descongestión de vehículos de una de las principales entradas a la ciudad, el acceso directo ha supuesto la eliminación de 200 metros de valla que separaban puerto y ciudad; un impacto visual positivo con el que se ha puesto también en valor uno de los edificios más antiguos del Puerto de Almería, que ese año cumple un siglo y cuya inauguración de su rehabilitación ha tenido lugar en el último verano: el Vradero.

Con una inversión de un millón de euros, cofinanciada con fondos europeos, hemos restaurado el edificio centenario, recuperando su estética original y convirtiéndolo en una sala mucho más funcional aumentando la oferta de espacios en la ciudad para eventos.



Cádiz, verdadero destino turístico global



Antonio de María Ceballos

Presidente de Horeca
(Cádiz)

A provincia de Cádiz ha consolidado en 2025 su posición como uno de los destinos turísticos más dinámicos y atractivos de Andalucía y de España. Según los datos oficiales disponibles a noviembre de 2025, ha experimentado un crecimiento sostenido en el número de pernoctaciones, 8,4 millones con un incremento interanual del +2,5%, y una cifra, histórica, muy cercana a las tres noches de estancia media, datos que afianzan su atractivo y la alta demanda nacional e internacional de sus recursos naturales, culturales, históricos y gastronómicos, valorados por sus visitantes con un sobresaliente, (9,1/10), calificación que pone de manifiesto la capacidad de la oferta turística gaditana para fidelizar estancias más largas y experiencias de calidad.

Otro indicador destacado de la salud del sector turístico en 2025 ha sido el récord histórico de altas provinciales en la Seguridad Social en la hostelería. Los datos acumulados durante este año, en comparación con noviembre de 2024, indican que la provincia de Cádiz registra en noviembre de 2025 un total de 47.837 trabajadores afiliados en este sector, lo

que supone un incremento del 3,6 por ciento respecto a los 46.193 del año anterior, situando a la hostelería gaditana entre las actividades económicas con mayor creación de empleo en Andalucía. Este crecimiento en afiliaciones laborales no solo refuerza la dimensión social del turismo, sino que también se interpreta como una señal de confianza de empresas y trabajadores ante la creciente demanda y la consolidación de Cádiz como destino competitivo durante todo el año.

Un destino que consolida su desestacionalización gracias al auge de eventos tradicionales como la Semana Santa o las zambombas jerezanas y las Ferias, el crecimiento de actividades como el turismo de cruceros en Cádiz capital, rutas y citas gastronómicas o la renovación de grandes eventos como el Gran Premio de España del Campeonato del Mundo de Motociclismo en Jerez.

Pero, si hay un hito que marcará 2026, incluso desde este mismo cierre del año 2025, es la nominación de Jerez de la Frontera como Capital Española de la Gastronomía 2026, que posiciona al municipio gaditano como un referente na-

cional del turismo culinario y refuerza la proyección de toda la provincia como destino gastronómico de primer nivel.

La distinción, otorgada por Hostelería de España y la Federación Española de Periodistas de Turismo, convierte a Jerez en el segundo municipio de la provincia en obtener tan prestigioso reconocimiento tras Sanlúcar de Barrameda en 2022, y responde a un proyecto de candidatura articulado bajo el lema "Come, bebe, ama Jerez", del que HORECA Cádiz ha formado parte de forma activa, que pone en valor la tradición culinaria, los vinos del Marco jerezano y la riqueza cultural de su gastronomía.

Durante todo 2026, Jerez se prepara para ofrecer más de 50 actividades temáticas que combinarán talleres, degustaciones, mercados, festivales y experiencias vinculadas al vino y la cocina local, atrayendo no solo a amantes de la gastronomía, sino también a viajeros interesados en experiencias turísticas auténticas y de calidad.

En resumen, el turismo en la provincia de Cádiz continúa su ascenso, con cifras de visitantes y pernoctaciones en alza, eventos de impacto económico notable y, sobre todo, con una importante proyección cultural y gastronómica gracias al papel que jugará Jerez como Capital Española de la Gastronomía 2026. Todo ello confirma que Cádiz no solo es un destino de sol y playa, sino también un referente integral del turismo experiencial en España.

Si hay un hito que marcará 2026, incluso desde este mismo cierre del 2025, es la nominación de Jerez de la Frontera como Capital Española de la Gastronomía



Una oportunidad para hacer de Málaga una ciudad central dentro de Europa



Pedro Bendala

Director del Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol

LEl Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha superado en 2025 los 25 millones de pasajeros anuales. Alcanzar este récord no era una meta, ni siquiera un logro; era y es una oportunidad que sitúa a Málaga entre los 25 mayores aeropuertos de Europa.

Una oportunidad que da visibilidad real para acercar a millones de europeos en dos horas y media. Una oportunidad para el turismo y el afianzamiento de nuevos modelos productivos en los sectores tecnológicos y de servicios. Una oportunidad para el talento, para atraerlo y desarrollarlo. Una oportunidad para exportar nuestras capacidades e importar las que necesitamos.

Una oportunidad para convertir nuestro territorio, periférico en la Unión Europea, en territorio central al eliminar la lejanía derivada de las distancias y el tiempo, contribuyendo a hacer de Málaga una ciudad nuclear de Europa, con capacidad para alojar organismos e instituciones transnacionales, centro de decisiones y liderazgos de grandes empresas.

Definitivamente, superar los 25 millones de viajeros anuales por primera vez no era un objetivo, sino un medio para que Málaga y Andalucía se transformen en territorios importantes en la Europa de las regiones.

Y para garantizar esta oportunidad, también en 2025 Aena ha dado luz verde a la ampliación del Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol. La propuesta de Aena para

el próximo Documento de Regulación Aeroportuaria (DORA), el que transcurrirá desde 2027 a 2031, será el inicio de la mayor ola inversora de las últimas décadas, inversiones que los aeropuertos españoles necesitan después de 20 años creciendo. Y la infraestructura malagueña será una de las beneficiadas.

El proyecto de reforma y ampliación, que propiciará la transformación más ambiciosa del aeropuerto desde 2010, supondrá una inversión global de unos 1.500 millones de euros y, de acuerdo con la propia esencia del DO-

RA, las actuaciones obedecerán a dos objetivos básicos: dotar al aeropuerto de capacidad para atender el crecimiento futuro de su actividad y hacerlo con el foco puesto en la calidad, optimizando la experiencia de pasajeros y compañías aéreas.

Este gran proyecto para hacer las oportunidades más grandes es una muestra evidente del compromiso de Aena con la conectividad y el desarrollo de la provincia de Málaga y de Andalucía, ya que no hay que olvidar que los aeropuertos están al servicio del territorio en el que se asientan, para garantizar y mejorar la movilidad de sus ciudadanos y de sus empresas.

Las actuaciones planificadas se realizarán salvaguardando el entorno y con los más exigentes y exhaustivos criterios medioambientales a nuestro alcance. En este sentido, Aena siempre ha promovido que los aeropuertos cuenten con las infraestructuras más modernas, que garanticen una adecuada conectividad, una calidad excelente y los más elevados niveles de seguridad y sostenibilidad medioambiental; todo ello, con unas tarifas aeroportuarias extraordinariamente competitivas para las aerolíneas.

No cabe duda de que el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha sido y es un estratégico elemento catalizador del desarrollo que han vivido la provincia y Andalucía en la segunda mitad del siglo XX. En el siglo XXI, conectado con cerca de 150 ciudades del mundo a través de alrededor de 250 rutas operadas por medio centenar de aerolíneas, también está dispuesto a ser un agente transformador del territorio al que da servicio, una gran oportunidad para seguir generando valor y riqueza económica y social, consolidando una Málaga fiel a lo que siempre ha sido: un territorio abierto al exterior.



El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha sido y es un estratégico elemento catalizador del desarrollo que han vivido la provincia y Andalucía

Gastronomía y turismo en Cádiz: motor sostenible para el desarrollo local



José Ruiz Chico

Doctor en Economía General de la Universidad de Cádiz

En el contexto de competencia global en el sector turístico, se impone la necesidad de desarrollar la creatividad para encontrar nuevas opciones sostenibles que permitan continuar con su crecimiento, ante una demanda cada vez más exigente. De este modo, el turismo gastronómico se configura como una gran oportunidad para resaltar su uso turístico como una forma de salvaguardar su cultura y reducir sus impactos negativos y para dinamizar las economías locales. Esta actividad es clave para el sector agroalimentario local porque conecta la producción primaria con el consumo turístico, generando valor añadido en el territorio. Fomenta la demanda de productos autóctonos y de calidad, fortaleciendo la actividad de agricultores, ganaderos, pescadores y pequeñas industrias, especialmente en zonas rurales. Además, revaloriza productos con denominaciones de origen e indicaciones geográficas, mejora los precios percibidos y refuerza su posicionamiento en el mercado. Al acortar las cadenas de distribución con el fomento de técnicas de kilómetro cero, impulsa circuitos cortos y relaciones más equilibradas. Asimismo, promueve prácticas sostenibles y preserva la identidad y el patrimonio agroalimentario local.

La provincia de Cádiz tiene mucho que aportar y mucho de lo que beneficiarse de este campo de trabajo, con 6,31 millones de turistas recibidos en 2024, según datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Este dato supone un 17,5% del total andaluz. El gasto medio diario fue de 92,1 €, el mayor de las provincias andaluzas (la media regional fue de 82,3), con un crecimiento de 4,3% sobre el año anterior.

Con una geografía ideal que permite combinar el turismo de sol y playa con el de interior, el vino del marco de Jerez y el atún de almadraba de la zona de Barbate son los iconos gastronómicos de la provincia y también un importante referente turístico. Las bodegas

del Marco de Jerez son de las más visitadas de Europa, con casi medio millón de turistas anuales según la Web del Consejo Regulador. En el segundo caso, cada primavera son muchos los visitantes de la provincia atraídos por el atún rojo de almadraba recién capturado, que inspira platos estacionales que combinan tradición e innovación.

El contraste entre la gastronomía de interior y de costa se aprecia también al compa-

El vino del marco de Jerez y el atún de almadraba de la zona de Barbate son los iconos gastronómicos de la provincia y también un gran referente turístico

rar los productos de la huerta, las carnes como el cordero o el venado, los quesos típicos como el payoyo y los embutidos de las dehesas y de la Sierra de Cádiz con los productos distintivos del mar como las salazones, las ortigillas o el cazón en adobo, que van más allá del pescado y el marisco. En repostería sobresalen también productos como los tocinos de cielo, cuyo origen está en la industria vitivinícola, así como torrijas y alfajores de Medina Sidonia.

En aras de fomentar el turismo de calidad,

la provincia de Cádiz tiene actualmente 7 restaurantes distinguidos en la categoría de estrellas Michelin: Aponiente de El Puerto de Santa María (con 3 estrellas más una verde de sostenibilidad), Lú Cocina y Alma en Jerez y Alevante en Chiclana (ambos con dos estrellas) y Mantúa en Jerez, Código de Barra y Mare en Cádiz y el Mesón Sabor Andaluz de Alcalá del Valle (todos con 1 estrella). Todos ellos están condecorados también con un Sol de Repsol, engrosando una lista de hasta 18 restaurantes en la provincia.

En este contexto, el turismo gastronómico desempeña un papel clave en la desestacionalización turística, ya que no depende exclusivamente de factores climáticos y puede desarrollarse a lo largo de todo el año. Las experiencias culinarias, rutas gastronómicas vinculadas al enoturismo, visitas a productores locales o eventos vinculados a productos de temporada como las ferias gastronómicas atraen visitantes en meses de menor afluencia turística. Esto permite redistribuir los flujos turísticos, reducir la concentración en temporadas altas y mejorar la ocupación de alojamientos y restaurantes en períodos valle. Además, puede contribuir a la estabilización del empleo y los ingresos del sector turístico, favoreciendo un modelo de desarrollo más equilibrado, sostenible y resiliente para los destinos.

Esta tipología turística ayuda a constituir cada viaje como una experiencia única que vincula cultura, entorno y sociedad. Este grado de autenticidad lo configura como un producto poco imitable con otros destinos con los que entra en competencia. Puede contribuir a aumentar el ya destacado gasto medio diario por turista en la provincia gaditana, indicativo de un turismo de calidad.

La gastronomía sería de este modo un elemento imprescindible para conocer la vida y la cultura de un territorio tan rico y diverso como la provincia de Cádiz, respondiendo a valores clásicos asociados a

las nuevas tendencias turísticas: sostenibilidad, vida saludable, respeto a la tradición, turismo responsable, autenticidad y experiencia.



Destino turístico de calidad atrapado por la falta de conectividad



Francisco Aguado

Profesor de Ciencias
Empresariales y Turismo
de la Universidad de Huelva

ANDALUCÍA concluyó hace unas semanas el año 2025 como posiblemente el mejor año turístico de la serie histórica, según el consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal. Los últimos datos reflejan que el número de turistas crece en torno al 2%, el empleo entre el 4% y el 6% y los ingresos turísticos entre un 10% y un 15%.

El espejismo del crecimiento

Entre enero y octubre de 2025, Huelva registró 1.080.901 viajeros hoteleros, representando un crecimiento del 2,2% que, aislado, podría interpretarse como positivo. No obstante, las pernoctaciones descendieron un 0,6%, lo que indica estancias más cortas. El empleo cayó un 2,7%, los establecimientos hoteleros se redujeron un 7,5% y la valoración del destino bajó de 9,1 a 8,6 sobre 10, la más baja de Andalucía.

Especial atención merece el gasto medio diario. El incremento nominal de 58,37 a 65,57 euros entre 2021 y 2025 (+12,3%) se diluye al ajustarlo por la inflación acumulada (18,1%) y por el aumento de los costes laborales derivados de la subida del salario mínimo (+24,6%). En términos reales, el gasto medio en Huelva ha caído un 4,9%, mientras que en el conjunto de Andalucía ha crecido un 8,3%. No se trata de una brecha coyuntural, sino estructural.

Este no es el comportamiento de un destino en expansión, sino el de uno que ha alcanzado su techo dentro de las limitaciones actuales de conectividad.

La paradoja de una oferta de calidad infrautilizada

Huelva dispone de 89 hoteles con 22.961 pla-

zas, de las cuales el 85% corresponden a categorías de cuatro y cinco estrellas. Veinticuatro grandes hoteles de cuatro estrellas en la costa concentran el 76,8% de la capacidad total, con una media de más de 700 plazas por establecimiento. Se trata de una oferta objetivamente competitiva.

Sin embargo, la ocupación por plazas se sitúa en el 51,25%, casi seis puntos por debajo de la media andaluza, y el gasto medio diario (65,57 euros) es un 25% inferior al regional. A ello se suma una menor satisfacción del visitante. La paradoja es evidente: una oferta hotelera de calidad convive con baja ocupación, bajo gasto y una valoración inferior a la media andaluza.

La brecha de la internacionalización

Solo el 26,9% de los viajeros hoteleros que llegan a Huelva son extranjeros, frente al 48,4% de media en Andalucía. En pernoctaciones, la cifra es del 36,7% frente al 55,8% regional. Mientras el turismo andaluz es mayoritariamente internacional, Huelva sigue dependiendo en un 73% del mercado nacional.

No es un problema de promoción, sino de accesibilidad. Entre enero y octubre de 2025, los aeropuertos andaluces recibieron 16,8 millones de pasajeros. Huelva, ninguno. El visitante internacional debe llegar a Sevilla o Faro y completar entre una y dos horas de desplazamiento por carretera.

La consecuencia es directa: mientras el turista extranjero en Andalucía gasta casi 104 euros diarios, la provincia no logra captar este segmento en volumen significativo. Si Huelva alcanzara el perfil de gasto internacional medio andaluz, ingresaría en torno a 500 millones de

No es el comportamiento de un destino en expansión, sino el de uno que ha alcanzado su techo dentro de las limitaciones actuales de conectividad

euros adicionales al año. Esa es la factura anual de la falta de conectividad.

Un modelo agotado

El 84,7% de la capacidad hotelera se concentra en la playa, frente a un escaso 15% en ciudad o entorno rural, lo que dificulta cualquier estrategia real de desestacionalización. Sin un complemento urbano, cultural o de negocios, los grandes hoteles costeros solo funcionan plenamente en verano, con ocupaciones medias anuales del 56% y más del 40% de plazas vacías.

Cuando la ocupación no garantiza rentabilidad, los establecimientos cierran; cuando la actividad se concentra en pocos meses, el empleo se precariza. El descenso del 2,7% en personal ocupado es la consecuencia lógica de un modelo que no puede sostener empleo estable con cuatro meses de actividad intensa y ocho de supervivencia.

Infraestructuras: el factor decisivo

Huelva concentra el 7,4% de las pernoctaciones andaluzas, la misma cuota que en 2022. Con el 12,9% de la costa andaluza, el 6,2% de la población y recursos únicos como Doñana, la provincia debería aspirar a cuotas cercanas al 10%. Pero no lo hará sin inversión en infraestructuras.

Mientras Huelva debate sobre segmentación inteligente o autenticidad del destino, sus competidores directos crecen gracias a una ventaja determinante, tan simple como decisiva: la conectividad. Málaga, Sevilla, Granada, Cádiz, Almería y Córdoba tienen aeropuerto, siendo Málaga y Sevilla los más importantes internacionalmente. Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada tienen AVE. Huelva no tiene ni uno ni otro.

El problema del turismo onubense no es de marca ni de promoción. Es de vías de comunicación. Y su coste es medible: 500 millones de euros anuales que la provincia deja de ingresar por no disponer de infraestructuras que otros destinos dan por descontadas.



Esculturas para revivir la senda perdida de Cartajima

La Serranía de Ronda cuenta con numerosas rutas en la naturaleza que cada año reciben a miles de visitantes. Un atractivo natural que diversos municipios están complementando con tematizaciones de senderos. Cartajima se sumará a ellas con la puesta en marcha de la denominada Senda Perdida, un camino que discurre entre los castaños. Además, suma unas espectaculares vistas sobre todo el valle que dan una imagen de su grandeza. / Javier Flores



El turismo es un gran evento



Antonio Zapata

Articulista de
Diario de Almería

No he visto la película de Martínez Soria "El turismo es un gran invento", pero me parece un titular aprovechable para este artículo, con una pequeña modificación. No cabe duda de que el turismo es el máximo evento que se da en este país llamado España, entre otros varios nombres históricos. Por cierto, hoy todo se denomina evento, debe ser cosa de la pereza o de la escasez de vocabulario, porque antes había bodas, bautizos, comuniones, banquetes, galas, presentaciones, conciertos, celebraciones, congresos, recepciones...

El sumario hace referencia a la conocida influencia que tuvo el turismo en los cambios sociales, económicos, culturales y morales en la época más dura de la posguerra, cuando no teníamos relaciones comerciales ni diplomáticas con casi ningún país del mundo. El incipiente turismo era casi la única fuente de divisas, antes de las que enviarían los emigrantes a Alemania y otros países europeos. En 1953, seis años antes de que Franco se viera obligado a reformar la economía con el llamado Plan de Estabilización, el turismo empezaba a notarse en las costas. Pero había un fuerte conflicto con la Iglesia por los bikinis que se ponían las suecas (había de otras nacionalidades pero esta era la mítica para los reprimidos españoles).

Y es que, ajenas al veto, las turistas viajaban a por el sol y el vino barato de España con la novedosa prenda de dos piezas. Hasta que un día la Guardia Civil le puso una multa gorda, por escándalo público, a una extranjera que se acercó en bikini a un bar playero de Benidorm a pedir un refresco. El arzobispo de Valencia amenazó con la excomunión al alcalde de Benidorm, Pedro Zaragoza, el cual, viendo el negocio en peligro, cogió su Vespa y se fue a ver a Franco. Las razones económicas que adujo convencieron al dictador y desde entonces se toleró el bikini allí y en algunas otras playas como Torremolinos, otro mítico de caladero de suecas.

En Almería

Esas historias de Benidorm son conocidas, pero lo es mucho menos un incidente que ocurrió en Almería pocos años después, a finales de aquella década. En la playa del antiguo balneario Diana, un soldado se lanzó sobre una mujer que estaba tomando el sol en bikini y le mordió una



teta. Se trataba de una mujer bastante conocida en aquellos años por su belleza llamativa y su trabajo en cafeterías. Pero, se preguntará usted, ¿cómo se sabía que era un soldado? La respuesta es fácil: además de la marcialidad de su continente y lo bien planificado de su ataque, es que iba vestido de soldado de infantería del regimiento Nápoles nº 24.

Y es que, durante muchos años, a los soldados no les estaba permitido salir a la calle vestidos de paisano. Lo digo por experiencia propia. Años después del suceso de la playa de Diana, una noche de noviembre de 1967, un cabo primero de la Policía Militar me empapeló, junto a Alfonso Nobis -futuro director de Unicaja en Almería-, al salir del cine Reyes Católicos por ir vestidos de paisano.

Bueno, a lo que iba, el suceso de la playa de Almería tuvo como corolario (al menos eso pienso) un chiste que se contaba entre los que estudiábamos francés en el bachillerato (entonces el inglés era minoritario en los institutos españoles). Un chico, huérfano de padre, le preguntaba a su madre de qué había muerto su progenitor. La madre siempre contestaba. "tu padre murió en el tumulto". Ya un poco mayor, el chico pidió más explicaciones y la madre le

contó que un día en la playa (escenario y fecha similares a los del suceso del soldado mordedor) había una francesa tomado el sol en bikini y, cuando se incorporó para ir a refrescarse en el agua, dijo "À la mer" ... "y tu padre murió en el tumulto". Conviene aclarar a los no francófonos que "la mer", suena "lamer" en español castizo.

No tiene nada que ver con el chiste, pero añadimos como nota cultural que "mer" (mar) suena en francés igual que alcalde (maire), madre (mère) y mierda (merde). Lo que me da pie para una reflexión final sobre los beneficios que ha traído el turismo a España, aparte del bikini, las divisas y los pisos de alquiler turístico. Y es la apertura de los españoles (y las españolas, claro) al aprendizaje de idiomas. Hasta entonces, aquí solo se hablaban tres: español, almeriense y por teléfono (el que lo tenía) y ahora proliferan los plurilingües. Ya no pasa como en otro viejo chiste con el que despidió este científico artículo.

Un turista está en la carretera de una provincia española junto a su coche averiado; una pareja de indígenas, padre e hijo, se paran a ver qué le pasa y el turista les pregunta "do you speak english? Cero. Repite la pregunta en francés y en alemán... misma respuesta. La pareja española se aleja y dice el hijo: "Qué bonito debe ser saber idiomas"; respuesta del padre: "Para lo que le ha servido a este... ". Un consejo práctico para acabar: mientras no domine usted las distintas lenguas de los turistas que se le dirijan preguntando algo, les puede seguir hablando en español o en almeriense, pero despacio y muy alto, que los turistas suelen ser sordos.

El turismo tuvo una gran influencia en los cambios sociales, económicos, culturales y morales en la época más dura de la posguerra española

Sector hostelero andaluz: estabilidad, empleo y reconocimiento institucional



**Javier
Frutos**

Presidente de la
Federación Andaluza
de Hostelería

Laño 2025 ha sido, para la hostelería andaluza, un ejercicio de consolidación, de reafirmación y, sobre todo, de reconocimiento. Tras varios años marcados por la incertidumbre, la adaptación constante y el esfuerzo colectivo de miles de empresarios y trabajadores, el sector ha demostrado una vez más su fortaleza estructural y su papel esencial en la economía y el empleo de nuestra comunidad.

En términos de facturación, 2025 se cierra con cifras muy similares a las de 2024. No hablamos de un crecimiento espectacular, pero sí de algo igualmente valioso en el contexto económico actual: estabilidad. Mantener niveles de ingresos en un entorno de inflación contenida, costes elevados y cambios en los hábitos de consumo no es un dato menor. Es la prueba de que la hostelería andaluza ha sabido ajustarse, mejorar su oferta, profesionalizar su gestión y seguir siendo atractiva tanto para el cliente local como para el visitante nacional e internacional.

Donde sí encontramos un dato especialmente positivo es en el empleo. La hostelería andaluza ha crecido en contratación un 3,3% durante 2025, reforzando su condición de uno de los grandes motores laborales de la región. No es casualidad que, de las diez provincias españolas con mayor crecimiento

de empleo en hostelería, cuatro sean andaluzas. Este dato no solo habla de volumen, sino de dinamismo, de capacidad de absorción de mano de obra y de oportunidades reales para miles de familias.

Conviene recordar que la hostelería emplea de media en Andalucía a alrededor de 300.000 personas. Detrás de esa cifra hay camareros, cocineros, jefes de sala, personal de limpieza, gestores, proveedores y pequeños empresarios que sostienen un tejido productivo pro-

El sector ha demostrado una vez más su fortaleza estructural y su papel esencial en la economía y el empleo de nuestra comunidad

fundamente arraigado al territorio. La hostelería no se deslocaliza, no se puede externalizar y genera empleo directo e indirecto en cada barrio, en cada pueblo y en cada ciudad de nuestra comunidad.

Pero si hay un hito que marca 2025 co-

mo un año verdaderamente histórico para el sector, ese es, sin duda, la creación de las dos Direcciones Generales de Turismo y de Hostelería en la Junta de Andalucía. Esta decisión responde a una reivindicación que el sector llevaba planteando desde hace años: estar presente en primera línea de la industria turística, con voz propia, capacidad de interlocución y reconocimiento institucional.

La hostelería no es un complemento del turismo, es uno de sus pilares fundamentales. Sin bares, restaurantes y establecimientos de calidad, no hay experiencia turística completa. Que la administración andaluza haya entendido esta realidad y haya dotado al sector de una estructura propia dentro del organigrama institucional supone un paso adelante decisivo. Es un reconocimiento explícito a la importancia económica, social y laboral de la hostelería andaluza.

Este avance abre una etapa nueva de diálogo, planificación y colaboración público-privada que debe servir para afrontar retos clave: la cualificación profesional, la mejora de las condiciones laborales, la sostenibilidad, la digitalización y la adaptación a los nuevos perfiles de demanda. Desde la Federación Andaluza de Hostelería asumimos esta nueva etapa con responsabilidad, espíritu constructivo y la firme voluntad de seguir contribuyendo al desarrollo de Andalucía.

El balance de 2025 nos deja, por tanto, un mensaje claro: la hostelería andaluza resiste, crea empleo y gana el reconocimiento que merece. No es el final del camino, pero sí una base sólida sobre la que seguir construyendo futuro.



Cruceros, puerto y ciudad: Almería sabe aprovechar esta oportunidad



Jorge Peral

Gerente de la Fundación
Bahía Almeriport

El cierre del último ejercicio deja un balance claramente positivo para la actividad crucerista en Almería y, al mismo tiempo, abre un escenario lleno de oportunidades. Desde la Fundación Bahía Almeriport afrontamos esta nueva etapa con la convicción de que el trabajo realizado en los últimos años ha sentado unas bases sólidas para consolidar a la ciudad dentro de los itinerarios del Mediterráneo.

La pasada temporada ha confirmado una tendencia al alza, tanto en número de escalas como en el perfil de las navieras que apuestan por nuestro puerto. Almería comienza a ser reconocida como un destino fiable, atractivo y con capacidad para ofrecer experiencias diferenciadas. Este avance tiene una repercusión directa en la economía local, beneficiando a sectores clave como el comercio, la hostelería o los servicios turísticos, y reforzando la proyección exterior de la provincia.

Nada de esto ocurre por inercia. Detrás hay planificación, constancia y una estrategia definida. Desde la Fundación, hemos intensificado nuestra labor de promoción y posicionamiento en los principales espacios donde se decide el futuro del sector. Nuestra presencia en ferias internacionales de referencia como Seatrade Cruise Global, en Miami, o Seatrade Europe, en Hamburgo, responde a una necesi-

dad clara: estar allí donde se negocian itinerarios, se establecen contactos estratégicos y se construyen relaciones de confianza con las navieras.

A esta acción exterior se suma nuestra participación activa en asociaciones clave del ámbito crucero, especialmente MedCruise, que agrupa a los principales puertos del Mediterráneo. Formar parte de estos foros nos permite anticiparnos a las tendencias del mercado, compartir experiencias con otros destinos y defender el papel de Almería en un entorno cada vez más competitivo.

Nuestro enfoque no se limita a atraer más barcos, sino a hacerlo con criterio. Apostamos por un modelo basado en la calidad y en un público de cruceristas alineado con la oferta cultural, gastronómica y patrimonial de la provincia.



Apostamos por un modelo basado en la calidad y en un público de cruceristas alineado con la oferta cultural, gastronómica y patrimonial de la provincia

Un turismo que genera impacto económico, pero también valor añadido y retorno.

El Puerto de Almería es, en este sentido, una infraestructura estratégica que va mucho más allá de su función logística. Es una puerta de entrada al territorio y un elemento clave en la relación Puerto-Ciudad. Desde la Fundación trabajamos para

que esa relación sea cada vez más fluida, coordinando esfuerzos con las instituciones y el tejido empresarial para que cada escala se traduzca en oportunidades reales.

De cara al futuro, los objetivos están bien definidos: consolidar el crecimiento alcanzado, mejorar la experiencia del crucerista y seguir posicionando a Almería como un destino competitivo dentro del Mediterráneo. Todo ello con una visión a medio y largo plazo, basada en la cooperación y en la planificación.

Desde la Fundación Bahía Almeriport seguiremos impulsando este camino con determinación. Porque el desarrollo del puerto y el progreso de la ciudad avanzan de la mano, y porque los cruceros representan una oportunidad que Almería está preparada para aprovechar.

Por una mejor calidad de vida



MOJÁCAR
SOSTENIBLE

Mojácar



Ayuntamiento
Mojácar



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Junta de Andalucía
Consejería de Turismo
y Andalucía Exterior

Turismo en tiempos de IA: nuevas formas de vivir la experiencia en Andalucía



Ana Isabel Polo Peña

Catedrática del Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada

ANTES de poner un pie en Andalucía, muchos viajeros ya han recorrido el destino a través de algoritmos que les han sugerido qué ver, cuándo hacerlo y cómo vivir la experiencia. Hoy, el viaje comienza mucho antes de llegar, en plataformas inteligentes que influyen en la inspiración, la planificación y, cada vez más, en la forma en que se experimentan los destinos. Este cambio resulta especialmente visible en una región como Andalucía, donde el turismo ha evolucionado desde una oferta centrada en recursos y servicios hacia propuestas basadas en experiencias culturales, patrimoniales, de naturaleza, emocionales y sensoriales. En este contexto, la inteligencia artificial (en adelante como IA) no actúa únicamente como una herramienta técnica, sino como un elemento que empieza a integrarse en el propio diseño de la experiencia turística.

La transformación se percibe con claridad en el ámbito del patrimonio cultural donde se implementan soluciones que enriquecen la interpretación histórica y amplían las posibilidades de acceso al patrimonio, más allá de la visita física tradicional. Por ejemplo, en Almería, la Alcazaba ofrece visitas virtuales apoyadas en tecnologías de realidad aumentada que permiten explorar el conjunto monumental de forma interactiva. Algo similar ocurre en Córdoba, donde la Mezquita-Catedral incorpora audioguías personalizadas que ajustan tanto el contenido, como la duración de la visita al perfil del usuario. La experiencia deja así de ser algo uniforme para convertirse en un recorrido adaptado al ritmo, intereses y expectativas de cada visitante.

La IA también empieza a influir en la forma en que los turistas descubren qué hacer en un destino, interpretar el patrimonio y atraer a nuevos perfiles de visitantes. Como es el caso de Cádiz, donde la aplicación oficial de turismo utiliza sistemas inteligentes para ofrecer recomendaciones personalizadas, sugiriendo actividades, espacios culturales o propuestas de ocio en función de las preferencias del visitante. De esta forma, la inspiración ya no depende únicamente de guías o folletos, sino de sistemas que aprenden a partir del propio comportamiento del usuario. En el interior andaluz también se observan avances significativos en este sentido. En Ja-

én, localidades como Baeza están incorporando visitas guiadas interactivas mediante aplicaciones móviles que ofrecen contenidos históricos y culturales adaptados a los intereses del visitante.

La tecnología también se extiende de forma amplia a espacios de divulgación científica y cultural. El Parque de las Ciencias de Granada emplea sistemas que ofrecen recursos digitales para planificar la visita y seleccionar actividades, facilitando recorridos adaptados por intereses y edades, que permiten personalizar la experiencia educativa, sugiriendo exposiciones y actividades según los intereses de cada visitante. En este caso, la tecnología actúa como mediadora entre el contenido y el público, reforzando tanto el aprendizaje como la implicación emocional.

La IA también puede contribuir a poner en valor recursos locales y diversificar las experiencias turísticas y gestionar flujos de visitantes. En este sentido, en Huelva, con su



aplicación Huelva, la Luz utiliza IA para guiar a los turistas a través de rutas culturales y gastronómicas, adaptando las sugerencias a los gustos personales y a la localización en tiempo real. O el caso del Real Alcázar de Sevilla que ha implementado una plataforma de reservas que utiliza IA para optimizar la entrada de visitantes y reducir aglomeraciones. En este caso, la tecnología no solo mejora la experiencia del turista, sino que contribuye también a la conservación del patrimonio y al bienestar del entorno.

En destinos con alta afluencia de visitantes, la IA puede contribuir a agilizar la gestión y atención de los visitantes para responder ante consultas personalizadas. Por ejemplo, en Málaga, se cuenta con iniciativas que han desarrollado chatbots inteligentes que responden preguntas frecuentes en tiempo real, lo que permite mejorar la atención al visitante, al mismo tiempo que facilita la planificación del viaje. Se trata de aplicaciones que ofrecen un servicio con un impacto directo en la calidad de la experiencia con el destino.

Estos ejemplos reflejan cómo la IA está ya

integrada en múltiples dimensiones del turismo andaluz: información, interpretación, personalización, accesibilidad y gestión. No obstante, este avance abre la puerta a plantear nuevos interrogantes: ¿Hasta qué punto la mediación tecnológica puede afectar a la espontaneidad y a la autenticidad de la experiencia turística? ¿Existe el riesgo de vivir destinos cada vez más optimizados, pero menos sorprendentes? En este sentido, un factor relevante a seguir considerando es que el factor humano sigue siendo central. El turismo andaluz se ha construido históricamente sobre la hospitalidad, el trato cercano y la interacción entre residentes, profesionales y visitantes. La IA no debería sustituir ese valor, sino complementarlo, liberando tiempo y recursos para que las personas puedan centrarse en aquello que aporta un mayor valor emocional y cultural, así como una orientación hacia la sostenibilidad del destino.

Desde una perspectiva estratégica, Andalucía tiene la oportunidad de consolidarse como un referente en el uso responsable de la IA en turismo. No se trata de incorporar más tecnología, sino de hacerlo con criterio, alineando innovación, sostenibilidad e identidad territorial. La IA puede ayudarnos a diseñar mejores experiencias turísticas, pero la verdadera pregunta es decidir qué tipo de turismo queremos -y para quién- antes de dejar que lo decidan los algoritmos.

Referencias:

- Polo-Peña Al, Frías-Jamilena DM, Peco-Torres F, Rodríguez-Molina MA (2025), "Experience and artificial intelligence in hospitality and tourism: a review of reviews and a bibliometric analysis". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 37 No. 7 pp. 2306–2326. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2024-0988>
- Web:
- Ayuntamiento de Baeza. (s.f.). <https://turismo.baeza.net/>
- Ayuntamiento de Cádiz. (s.f.). *Turismo de Cádiz*. <https://turismo.cadiz.es>
- Cabildo Catedral de Córdoba. (s.f.). <https://www.mezquitadecordoba.org>
- Guide to Málaga (s.f.). <https://www.guidetomalaga.com/>
- Parque de las Ciencias. (s.f.). <https://www.parqueciencias.com>
- Patronato de la Alcazaba de Almería. (s.f.). <https://www.turismodealmeria.org>
- Patronato del Real Alcázar de Sevilla. (s.f.). <https://www.alcazardesevilla.org>
- Patronato Provincial de Turismo de Huelva. (s.f.). <https://www.turismohuelva.org>

El Ejido y tú...

por algo será



EL EJIDO
gastronómico QUALITY
elejido.es

Andalucía, destino de altura



Fernando Gómez

Portavoz de World Aviation Group

ANDALUCÍA vive un momento de consolidación como uno de los grandes destinos europeos del turismo de alto nivel. Con más de 30,5 millones de turistas hasta septiembre de 2025, la comunidad ha dejado de competir solo en volumen para hacerlo en valor. Más allá de las cifras de visitantes, el verdadero cambio se produce en el perfil del viajero: un turista que busca exclusividad, personalización y experiencias memorables, y que valora tanto el destino como la forma de llegar a él.

España se ha consolidado como uno de los mercados más dinámicos del turismo de lujo, una industria que crece a ritmos cercanos al 10% anual y que confirma una transformación del modelo hacia propuestas más exclusivas y experienciales. En Andalucía, el gasto medio por turista ronda los 700 euros, una cifra que asciende hasta cerca de 1.375 euros en el caso del viajero internacional de alto poder adquisitivo, que ya representa aproximadamente un tercio del turismo que recibe la comunidad. Este perfil demanda servicios a medida y un estándar de calidad equiparable al de los grandes destinos del lujo global. En este contexto, la experiencia se convierte en el verdadero valor añadido: ya no se trata solo de alojarse en un hotel cinco estrellas, sino de vivir el destino de forma única, emocional y personalizada.

Experiencias de lujo a vista de pájaro

Ante este nuevo paradigma, la aviación privada y experiencia adquiere un papel estratégico en la evolución del turismo de alto nivel en Andalucía. El viajero premium ya no concibe el desplazamiento como un trámite, sino como parte integral del viaje. El helicóptero ha dejado de ser un símbolo inaccesible para convertirse en una herramienta

que optimiza el tiempo, amplía el territorio turístico y transforma el trayecto en una experiencia en sí misma. Hablar de helicópteros es también hablar de democratización dentro del segmento premium. Estas experiencias ya no están reservadas únicamente a celebridades o grandes fortunas, sino que se abren a empresarios que buscan eficiencia, turistas internacionales que priorizan vivencias únicas o familias y parejas que desean celebrar momentos especiales de una forma diferente.

En este contexto, hoy conviven en Andalucía dos grandes tipos de experiencias aéreas claramente diferenciadas y complementarias. Por un lado, los traslados privados premium, pensados para un perfil que prioriza eficiencia, privacidad y flexibilidad. Desde nuestra base operativa en Málaga, en World Aviation Group desarrollamos vuelos VIP en helicóptero que conectan de forma directa enclaves estratégicos del sur de España. Rutas como Marbella-Sevilla, Sotogrande-Jerez o conexiones entre la Costa del Sol y el interior andaluz permiten reducir tiempos, ganar comodidad y elevar el desplazamiento al nivel de la alta hospitalidad internacional.

Junto a esta vertiente de movilidad exclusiva, se ha consolidado una segunda línea con un marcado carácter turístico y experiencia. Vuelos panorámicos y experiencias

Ante el nuevo paradigma, la aviación privada y experiencia adquiere un papel estratégico en la evolución del turismo de alto nivel en Andalucía

aéreas pensadas para el ocio, accesibles para el público más amplio, que permiten descubrir Andalucía desde el aire de una forma emocional y compartida. Estas propuestas están especialmente diseñadas para familias, parejas o grupos de amigos que buscan celebrar un momento especial, regalar una experiencia diferente o simplemente disfrutar del destino desde una perspectiva única. Sobrevolar la Costa del Sol, contemplar paisajes naturales emblemáticos o realizar recorridos aéreos de corta duración convierte el vuelo en un recuerdo memorable, más allá del transporte.

Para que ambas propuestas mantengan un estándar de excelencia, la vivencia a bordo es clave. Operar con aeronaves de última generación como el Bell 429, considerado uno de los helicópteros más exclusivos del mundo en su categoría, permite ofrecer un nivel de confort equiparable al de un hotel cinco estrellas. Cabinas espaciosas, interiores premium, aislamiento acústico y tecnología avanzada refuerzan una experiencia cuidada al detalle, tanto en vuelos privados como en experiencias turísticas.

Conectividad y atracción de talento con sello andaluz

Andalucía se consolida así como un escenario idóneo para que estas propuestas “vuelen alto”. Málaga se ha convertido en un

punto de partida privilegiado para experiencias aéreas que conectan costa e interior, mientras que Sevilla refuerza su posición, habiendo asumido recientemente la gestión del Helipuerto de La Cartuja, desde donde World Aviation amplía la conectividad de la capital andaluza.

Pero el impacto de este modelo va más allá del turismo. World Aviation Group actúa como polo de creación de empleo cualificado, formación y atracción de talento internacional. A través de sus centros de formación aeronáutica en Málaga y su futura implantación en Sevilla, contribuye a preparar a los profesionales del futuro en un sector estratégico.

Andalucía ha sabido evolucionar hacia un modelo capaz de competir en la liga del turismo de alto nivel. La posibilidad de acceder a sus destinos desde el aire, optimizando tiempos y elevando la experiencia del viaje, refleja una transformación profunda del concepto de lujo turístico. Una región que ya no solo se recorre por tierra o mar, sino que amplía sus horizontes y se proyecta, también, desde el aire.



Growers Boutique Huelva

Una nueva forma de alojarse:
más consciente, más tranquila
y alineada con el bienestar.

Un hotel diseñado para **reducir el estrés** en pleno centro de Huelva.

Habitaciones cuidadas, espacios de coworking, gastronomía saludable, actividades de bienestar y el primer rooftop de Huelva con vistas panorámicas de la ciudad.

Pet friendly y pensado para viajeros solitarios, familias, grupos, nómadas digitales y profesionales.

Un lugar donde descansar empieza por sentirse bien.



El primer rooftop de Huelva
con vistas panorámicas de la ciudad.



AV/ MANUEL SIUROT 7· HUELVA
TEL. 959 77 76 66
RESERVAS@GROWERSGO.COM
[@GROWERSGO_BOUTIQUE_HOSTEL](https://www.instagram.com/growersgo_boutique_hostel)

Vuelve la tasa turística al debate... si es que alguna vez se fue



José Luis
Sánchez

Catedrático de Economía
Aplicada de la Universidad
de Málaga

Afinales del pasado siglo, en los años 90, uno de los principales temas de debate en el ámbito político y profesional del turismo fue la intención de algunos de los gobiernos autónomos de aprovechar sus recién adquiridas competencias en materia de turismo¹ para introducir algún tipo de impuesto o tasa que ayudara a las siempre maltrechas finanzas regionales y municipales a financiar algunos gastos generados por la actividad turística sin posibilidad de contraprestación económica alguna. Es decir, dicho en términos algo más técnicos: establecer algún mecanismo financiero que permitiera corregir las externalidades negativas del turismo y/o el uso de bienes públicos por parte del turista.

Duro fue el debate y fuerte el rechazo de las empresas turísticas, con los empresarios hoteleros a la cabeza, amen del semipaterno enfrentamiento izquierdas-derechas de nuestra clase política, incapaces de buscar y mantener puntos de acuerdo. Tanto fue así que el primer experimento práctico, el Impuesto sobre las Estancias en Empresas Turísticas de Alojamiento en las Islas Baleares (más conocido como ecotasa) solo llegó con los comienzos del siglo XXI, aprobándose en 2001, implantándose en 2002... y eliminándose en

2003 tras un brevísimo periodo de aplicación. Habría que esperar a las consecuencias de la profunda y prolongada crisis económica de 2007-2013 para que los gobiernos regionales volvieran de nuevo sus ojos a la posibilidad de implementar una tasa o similar, siendo Cataluña (en 2012) y nuevamente las Islas Baleares (en 2016) las primeras en animarse a hacerlo. Los cambios de color político en las autonomías y el alineamiento político a favor (izquierda) o en contra (derecha) de la tasa ha limitado el desarrollo de estas iniciativas, tanto en extensión geográfica como en el importe final de dicho impuesto.

Hoy, sin embargo, la necesidad de hacer frente a los problemas del overtourism y la necesidad de mejorar infraestructuras y servicios en medio de la carestía financiera, ha comenzado a mover los posicionamientos, con Alcaldes como el de Málaga (PP) favorables a su implantación en discrepancia con el gobierno regional (también del PP) que se opone a ello. También las justificaciones para su implantación que varían tanto como los objetivos que se dice pretender alcanzar, desde el aspecto medioambiental al social, con argumentaciones ciertamente variopintas que denotan que detrás del planteamiento de la tasa habitualmente hay más política que técnica.

Sin tasas o impuestos mediante, son los residentes en las zonas turísticas los que pagan los servicios con sus impuestos

Si algo nos demuestra la experiencia de otros países es que, frente a los mensajes de alarmismo que alertan que imponer una tasa ahuyentará a los turistas (o, en el lado contrario, de optimismo en reducir su número) lo cierto es que el hecho de que las principales ciudades turísticas europeas ya lo implantaron hace tiempo y el reducido importe monetario, no han tenido ningún efecto sobre la afluencia de visitantes. Que le pregunten si no a Venecia. Si el objetivo es limitar la llegada de turistas es mejor en pensar en tasas como las de Bután (200\$ diarios) antes que en las tasas españolas que no llegan a los 8€ diarios en el caso más caro.

Establecido el objetivo, otra cosa es el mecanismo, porque no es lo mismo un impuesto que una tasa y buena parte de los discursos que leemos y oímos en los medios no parecen darse cuenta de ello. Con una tasa no parece justificable que lo recaudado financie la climatización de escuelas (Jaume Collboni, Barcelona, dixit) o ayudas para la vivienda de los residentes (Francisco de la Torre, Málaga)². En este caso, mejor llamarle (y diseñarle) como impuesto.

Sea cual sea el mecanismo, la realidad innegable (aunque haya quien lo niegue) es que la actividad turística conlleva la utilización masiva por parte del turista de una serie de bienes y recursos públicos por los que no realiza contribución alguna, destacando especialmente la seguridad y la limpieza. Sin tasa o impuesto mediante, son los residentes en las zonas turísticas los que pagan estos servicios con sus impuestos, produciéndose una evidente externalización negativa de la actividad. Aunque solo sea por esto, la tasa turística estaría más que justificada.

Otra cosa es quién le pone primero el cascabel al gato. Si, por ejemplo, Benalmádena pusiera un impuesto o tasa al alojamiento de cierto volumen monetario y Torremolinos no lo hace si pudiera darse cierto trasvase de turistas entre estas localidades dada la cercanía extrema y la interconexión entre ellas. Debemos recordar que las tasas las suelen cobrar los municipios en tanto que el destino turístico (en este caso, la Costa del Sol) abarca diversos municipios. Por lo tanto, en nuestro ejemplo, el destino Costa del Sol no perdería turistas, pero la localidad de Benalmádena quizás sí. Sea lo que sea que se haga finalmente, debería coordinarse entre administraciones y territorios. ¿Serán capaces nuestros responsables, en permanente campaña electoral, de ponerse de acuerdo en algo?

1. En aquellas comunidades que accedieron a su autonomía por la vía del art. 143 de la Constitución. Las comunidades consideradas históricas habían recibido sus competencias años antes.

2. Léase al efecto la Ley 8/1989, de 13 de abril, de Tasas y Precios Públicos en España

CONMEMORACIÓN DEL 100º ANIVERSARIO
DE LA PARTIDA DEL HIDROAVIÓN
**PLUS ULTRA DESDE
EL PUERTO DE PALOS**



Palos de la Frontera |

cien años surcando los cielos

22 de enero de 1926

22 de enero de 2026

visita de S.M. Felipe VI
a Palos de la Frontera



Andalucía, ante el reto de creer en sí misma



Luis
Rodríguez
DPR Specialist

ANDALUCÍA, uno de los motores turísticos de España, atraviesa, como el resto del país, un momento clave en lo que respecta a su presente y a su futuro en relación con el sector terciario, necesitada de enfrentarse a numerosas amenazas externas. Afortunadamente para la comunidad, cuenta con recursos y argumentos suficientes como para plantar cara a la situación y salir de ella victoriosa y con la cabeza alta.

Todo cabe en un territorio cuya rica oferta satisface a turistas nacionales e internacionales de todos los perfiles, busquen lo que busquen. Allí se citan lugares únicos como La Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba; playas kilométricas de arena blanca y aguas azules; paraísos naturales como el Parque de Doñana; festividades icónicas como la Semana Santa, la Feria de Abril o el Carnaval de Cádiz; la mejor gastronomía; enclaves únicos para la práctica deportiva.

Sin embargo, nada existe si no se da a conocer y se difunde. En ese sentido se aprecian numerosos esfuerzos en épocas recientes para convertir la región en una bifurcación en el recto y cómodo camino trazado por el centralismo. Así, hoy en día, ha sido el lugar de celebración de eventos que hasta hace no demasiado era improbable disfrutar como cinco de las últimas siete galas de los Premios Goya de cine; siete finales consecutivas de la Copa del Rey y una de la Liga de Naciones femenina de fútbol y tres de la Copa Davis de tenis; la Gala de entrega de las Estrellas Michelín para España y Portugal (en la que alrededor de 30 restaurantes andaluces fueron reconocidos).

De Andalucía se habla y Andalucía se deja ver en su pelea por integrarse en el discurso de las redes sociales, la pantalla al mundo de los jóvenes deseosos de conocer el mundo y vivir todas las experien-

cias que sean posibles. Es una tarea ardua, la de convencer, muchas veces con calidad contra precio, a un segmento de la población que tiende a mirar lo más lejos posible gastando poco y pasando por alto la belleza que tiene a mano, que se embelesa con playas de postal en enclaves caribeños o con monumentos lejanos sin reparar en que cosas iguales o mejores les esperan a solo unos cuantos kilómetros.

Ese es uno de los aspectos a trabajar de forma bidireccional, el de retener en las fronteras a los turistas nacionales,

Andalucía se deja ver en su pelea por integrarse en el discurso de las redes sociales, la pantalla al mundo de los jóvenes deseosos de conocer

pero al mismo tiempo ser un destino aspiracional para los que llegan de fuera, no solo buscando sol y playa sino también movidos por otras inquietudes, cualesquiera que sean.

Y que además ese flujo de visitantes se reparta, que salpique por igual a

las ocho provincias para que ninguna de ellas se quede atrás. Porque todas tienen su esencia, su encanto, su personalidad, sus bondades que ofrecer, su gente maravillosa, su vínculo único con la naturaleza... Esa responsabilidad no debe ir en detrimento de la reivindicación local, pero si debe ser unitaria y nacer de la conciencia de que todos unidos suman más que por separado.

Ello obliga a mirar más allá, a potenciar aquello que es de sobra conocido sin dejar de dar valor a esas joyas ocultas que uno descubre cuando escarba un poco. Que todo el mundo conozca la Semana Santa de Sevilla o la Feria de Abril, sí, pero que al mismo tiempo sea consciente de que vaya donde vaya podrá experimentar una sensación igualmente especial e inolvidable.

Generar interconexión, dejar de lado la ‘competencia’ interna y hacer frente común contra la externa; ‘enamorar’

también a aquel andaluz que cuando se desplaza solo mira más allá de su comunidad autónoma, que no contempla empatizarse de aquello que le rodea y no le da el valor que merece.

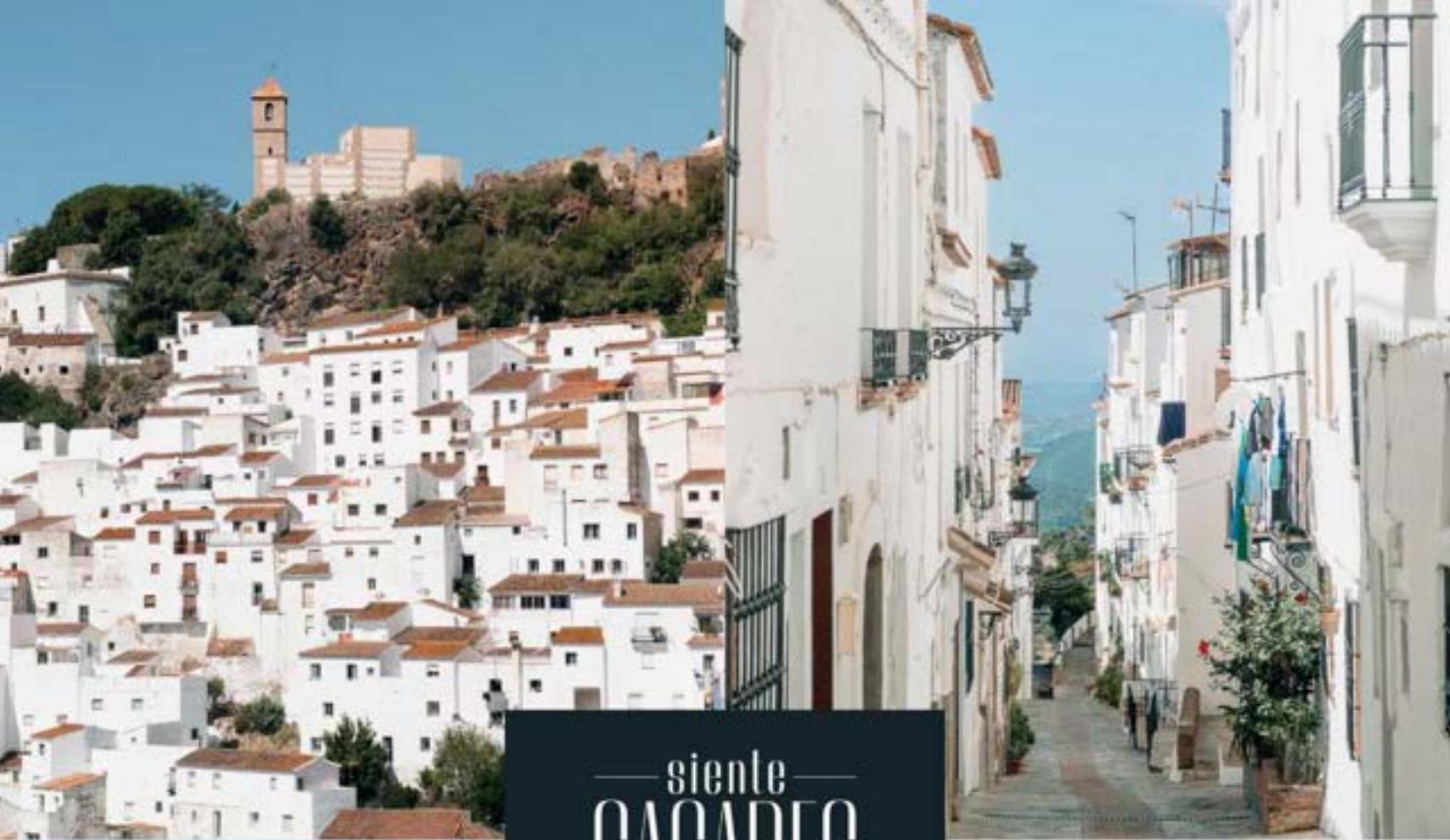
Hay mucho hecho y al mismo tiempo mucho por hacer; un libro en blanco casi infinito, de tapas sólidas y sobre el que se escribe con trazos firmes, pero que tiene aún muchas páginas por llenar en paralelo a la evolución de un mundo cada vez más globalizado, abierto y necesitado de acción; que piensa en el día a día y sigue los caprichos de las nuevas tecnologías.

Venga lo que venga, pa-

se lo que pase, Andalucía y los andaluces siempre

estarán preparados, como lo han estado a lo largo de la historia para, con su hospitalidad, recibir a aquellos que quieran disfrutar de lo que puede ofrecerles, que es mucho, variado y bueno. El lugar en el que todo cabe porque siempre se encuentra abierto, alerta, dispuesto a crecer y a brillar con esa luz propia que le caracteriza. Es singular y es global; es secreta y es accesible; es cielo y es mar; es cultura y es diversión; es extensa y a la vez manejable. Es, en definitiva, única.





siente
CASARES



Casares | Esencia de Andalucía

La gran aliada del desarrollo rural



**Manuel de la Torre
Francia**

Delegado Territorial de Sostenibilidad y Medio Ambiente en Almería

Lo patrimonio natural de Almería ofrece incontables atractivos para el viajero sensible a la belleza. Un litoral privilegiado, ejemplo de conservación ambiental en todo el mediterráneo occidental; una naturaleza con paisajes espectaculares que sorprenden y cautivan a quien se acerca a ellos con la humildad necesaria para observar y escuchar con atención, pausadamente, el desarrollo de una biodiversidad excepcional fruto de una conjunción única de factores geológicos y climáticos. Valga decir que la flora almeriense, además de la originalidad que le confiere su adaptación a nuestras condiciones semiáridas, con un elevada proporción de endemidad, alberga casi el 40% de los taxones vegetales ibéricos y más del 70% de los andaluces.

Desde el punto de vista productivo es bien conocido el liderazgo de nuestra provincia en producción hortícola eficiente y en la moderna e innovadora industria de la piedra, sectores en los que es referencia internacional. Pero, además, la Almería interior esconde un motor económico silencioso, un tesoro menos visible pero igualmente vital para nuestro equilibrio territorial: la actividad cinegética. La quebrada orografía almeriense ofrece una diversidad que pocos lugares en Europa pueden igualar. Desde las cumbres de Sierra Nevada, la Sierra de los Filabres o la comarca de Los Vélez hasta nuestras típicas estepas semiáridas, el catálogo cinegético que Almería ofrece en sus 739 cotos (que suponen más del 72% de la superficie de nuestra provincia) es excepcional.

Lejos de ser sólo una tradición arraigada, la caza puede convertirse en un aliado estratégico para el desarrollo del interior de la provincia, actuando como un seguro de vida contra la despoblación, un imán para un turismo de calidad que busca experiencias auténticas en entornos naturales únicos. Desde el majestuoso reecho de la cabra montés y el ciervo en la Sierra de los Filabres hasta el arte centenario de la perdiz con reclamo, declarada recientemente por la Junta de Andalucía como Bien de Interés Cultural, el sector cinegético no sólo puede atraer a un turismo de calidad con un interesante nivel de gasto, sino que genera empleo donde más se necesita. Ante el complejo reto de la despoblación del mundo rural, la gestión cinegética sostenible se presenta hoy como



una herramienta indispensable para el equilibrio medioambiental y la prosperidad de los municipios rurales almerienses.

"Hombre libre, contra pieza libre, sobre campo libre"

El famoso ideal de caza consagrado por el gran novelista español del último siglo es ciertamente una hermosa utopía hacia la que dirigir nuestros esfuerzos, aún siendo conscientes de la imposibilidad de alcanzarlo plenamente. Pero bueno será tenerlo como referencia, más aún desde el punto de vista de la caza como generadora de actividad turística: cuanta mayor autenticidad y libertad consigamos mantener en el lance cinegético, más atractivo podrá resultar para potenciales futuros cazadores, y seguramente también para el necesario relevo generacional. De hecho, con su obra y la coherencia de su ejemplo vital, el genial escritor castellano se convirtió en el mejor embajador de la caza en España, y fueron y son miles los urbanitas que se acercan a la realidad de la caza gracias al más noble y añorado cazador ecologista.

Es evidente que la caza dinamiza el entorno rural y contribuye a fijar la población, manteniendo vivas tradiciones y vínculos con el paisaje y la naturaleza. La ac-

tividad cinegética en Almería está integrada en el territorio y es responsable de una inyección económica que llega directamente a los municipios más pequeños. La caza sostiene una red de empleos directos e indirectos (12.000 y 33.000 respectivamente a nivel regional) que no pueden deslocalizarse: guardas de coto, guías, veterinarios, empresas de transporte, personal de hostelería...

Su peso en el medio rural es indiscutible: genera servicios indirectos y actividades asociadas que mueven alrededor de 3.500 millones de euros al año en Andalucía. A ello se suma que el sector cinegético andaluz produce unos 71 millones de euros de beneficios directos, convirtiéndose en un motor económico notable y en fuente de empleo, también en Almería.

Además, los titulares de los cotos realizan una inversión en vigilancia, mejora de hábitats, mantenimiento de puntos de agua, que les convierte en gestores activos del paisaje y de la conservación de la biodiversidad. Las siembras cinegéticas, realizadas en los lugares apropiados y con la correspondiente supervisión técnico-administrativa, no sólo benefician a la perdiz roja sino a muchas otras especies de aves esteparias, algunas amenazadas sobre las que desde la administración andaluza trabajamos para su protección.

Tal vez la mejor prueba del compromiso de los cazadores andaluces con la conservación de la naturaleza es la positiva evolución de la población de lince ibérico. La participación del sector cinegético ha sido una pieza clave en el éxito del plan de recuperación del lince impulsado por la Junta de Andalucía y coordinado después

Es evidente que la caza dinamiza el entorno rural y contribuye a fijar la población manteniendo vivas tradiciones y vínculos con el paisaje y la naturaleza

con los gobiernos de España y Portugal y otras comunidades autónomas con el apoyo de la Unión Europea. En Almería, como provincia que se ha incorporado recientemente a los territorios de cría del lince, sabemos bien que sin la colaboración de los cazadores no se habría logrado el éxito de que esta especie haya dejado de estar en peligro de extinción.

Deporte, activo turístico y palanca de desarrollo

Todas las modalidades son interesantes como generadoras de actividad en nuestra provincia, aunque quizás las de caza mayor son las más llamativas. El rececho de la cabra montés y el ciervo, modalidad selectiva y técnica, cuyos permisos de caza puede alcanzar precios de varios miles de euros en subasta en el caso de un macho montés medalla de oro, o las monterías que pueden movilizar a más de un centenar de personas entre cazadores, acompañantes, rehaleros, organizadores y postores, son activos formidables para la economía del corazón de nuestra provincia.

En lo que llevamos de temporada, desde la Delegación de Sostenibilidad y Medio Ambiente en Almería hemos emitido más de sesenta autorizaciones excepcionales para cazadores extranjeros (estadounidenses, noruegos, suecos...) que vienen a cotos de nuestra provincia a participar en recechos, principalmente de cabra montés, pero también de ciervo y jabalí. Este

visitante no sólo busca el trofeo sino una experiencia completa, generando un efecto multiplicador sobre la economía de la comarca del que se benefician desde gasolineras a comercios de proximidad. El impacto socioeconómico de un cazador es cualitativamente superior al de otros tipos de visitantes. Al tratarse de una actividad que requiere varios días y guías especializados, el gasto se diversifica. El perfil del cazador de montes suele demandar hoteles rurales con encanto o casas rurales completas, ocupándolas en temporada baja. El cazador reconoce y busca el producto local. El impacto se nota en las carnicerías que preparan embutidos artesanales y en los restaurantes que ofrecen platos de caza, movilizando sectores que tradicionalmente solo funcionaban en puentes o vacaciones de verano.

Este flujo de visitantes de fuera de nuestra provincia genera un "efecto embajador". Los cazadores no sólo gastan en restauración sino que, acompañados por sus familias en muchas ocasiones, antes y después de cazar hacen turismo en nuestros pueblos y conocen la oferta cultural de nuestra provincia. El cazador que llega a nuestras sierras por la cabra montés o el ciervo, a menudo descubre nuestra rica gastronomía, encantos almerienses tan desconocidos aún fuera de aquí como el Observatorio Astronómico de Calar Alto, o joyas como el Castillo de Vélez-Blanco, convirtiéndose después en un promotor

turístico de la provincia en sus lugares de origen. La caza tiene, pues, una dimensión turística muy destacada cuyo desarrollo ofrece sin duda un amplio recorrido al servicio del progreso de la Almería rural.

Pero no sólo la caza mayor dinamiza nuestros pueblos. Las modalidades de caza menor mantienen viva la economía de las zonas rurales durante los meses de otoño e invierno. Desde ese punto de vista sería, por tanto, la aliada perfecta también para romper la estacionalidad del turismo. Mientras el turismo de sol y playa vive su temporada baja, las casas rurales y alojamientos del interior provincial pueden beneficiarse de la ocupación generada por cazadores que se desplazan de otros puntos de Andalucía y España. Destaca por su trascendencia cultural y económica la caza de la perdiz roja con reclamo, tradición centenaria profundamente ligada a la identidad y al mundo rural almeriense que es una actividad de enorme peso específico en el PIB rural de Almería. El cazador es un cliente fiel que genera un flujo de ingresos constante en ventas, restaurantes y bares de nuestros pueblos, que de otro modo verían su actividad reducida al mínimo en invierno. La caza es una actividad profundamente social, que no se puede entender sin el café previo compartido entre los cazadores y en la que por supuesto no faltará el almuerzo o comida posterior.





► La caza de la perdiz también sostiene una industria auxiliar de artesanía (jaulas y aparejos como fundas y pulpíticos para el reclamo) y granjas cinegéticas de perdiz roja autóctona, que generan empleos directos en zonas rurales amenazadas por la despoblación y suministran aves para el reforzamiento de poblaciones. También en Almería. Gracias al Programa de Certificación Genética impulsado por la Junta de Andalucía queda garantizada la pureza genética de la especie, quedando así mitigados, al menos en parte, las objeciones que el gran Miguel Delibes ponía en sus escritos a las perdices de granja.

La promoción de la carne de caza, por su parte, como producto de proximidad, saludable y sostenible, se presenta como una oportunidad de desarrollo turístico vinculando la caza con la excelencia gastronómica. Promover el jabalí o la perdiz como productos ecológicos, de alto valor proteíco y bajo impacto ambiental, puede abrir interesantes horizontes en la cocina almeriense, tradicional pero siempre abierta a la innovación.

En muchos pueblos de Almería la caza es el vínculo que une a diferentes generaciones y asegura que el conocimiento del campo se transmita de padres a hijos, contribuyendo a mantener viva la presencia humana en nuestro territorio.

Una política cinegética comprometida con nuestra tierra

Conscientes de esta realidad, desde el Gobierno de la Junta de Andalucía en estas dos últimas legislaturas se ha avanzado en la adopción de medidas eficaces dirigidas a modernizar la gestión sostenible de la caza, siempre de la mano del sector cinegético andaluz, con una interlocución y colaboración muy fructíferas con la Fede-

La caza bien gestionada y ejercida de manera responsable, genera sinergias y favorece el equilibrio ecológico y prevención de enfermedades

ración Andaluza de Caza. Así, la Junta de Andalucía ha aprobado el Plan Andaluz de Caza, como instrumento para compatibilizar la actividad cinegética con la conservación de la biodiversidad y con el objetivo de modernizar el sector, simplificando trámites administrativos y reforzando la caza como una herramienta de gestión ambiental necesaria para el equilibrio de los ecosistemas. El Plan pretende sentar las bases para la ordenación y fomento de los recursos cinegéticos, impulsar la for-

mación, reforzar la sanidad animal, promover la igualdad de oportunidades y acometer acciones estratégicas concretas, con especial énfasis en la digitalización.

El Plan Andaluz de Caza contempla, además, la incorporación de tecnologías avanzadas y sistemas de gestión adaptativa que permitan responder eficazmente a los desafíos del cambio climático y a las nuevas demandas del mercado. Esta estrategia no solo busca proteger el patrimonio natural, sino también impulsar una economía que beneficie a las zonas rurales y garantice la continuidad de una tradición que forma parte del legado andaluz.

Entre los avances logrados en estos últimos siete años destaca la implantación del Precinto Digital de Caza como sistema de control de capturas que ha permitido la recuperación de la caza de la tórtola europea, tras varios años de suspensión en toda España. Este logro, fruto del trabajo científico y el compromiso del propio sector cinegético, es un ejemplo de gestión responsable y de equilibrio entre ciencia, conservación y aprovechamiento. Andalucía ha obtenido un tercio de los cupos nacionales de caza para la temporada 2025/2026 dentro del Plan Adaptativo de Gestión de la Tórtola Europea, cuyo reparto se hace entre los titulares de cotos que hayan implementado medidas de mejora de hábitat.

La caza, bien gestionada y ejercida de manera responsable, genera sinergias con la propia calidad ambiental, favoreciendo el equilibrio ecológico, la regeneración de hábitats y la prevención de daños agrícolas o enfermedades. La Junta de Andalucía mantiene una vigilancia epidemiológica activa para prevenir enfermedades que puedan afectar a la fauna, a la ganadería o a la salud pública, conscientes de los sólidos cimientos científicos que apoyan el concepto "One Health". El control de la sarna sarcóptica, por ejemplo, que en décadas pasadas diezmó poblaciones enteras, se realiza hoy gracias a la colaboración entre cazadores y la administración autonómica. La actividad cinegética permite mantener una densidad de población equilibrada, evitando que un exceso de animales provoque la degradación de las formaciones vegetales o la transmisión de enfermedades al ganado doméstico.

Sabemos también que el relevo generacional es crítico. La modernización del sector, mediante la digitalización de trámites y una comunicación más transparente sobre sus beneficios ambientales, es fundamental para atraer a los jóvenes. Uno de los mayores retos es la percepción social, debemos esforzarnos en comunicar mejor el papel de la caza como herramienta de conservación, fomentar la educación, la cultura cinegética y el diálogo social para difundir los incontables beneficios de la caza bien gestionada.

La colaboración que se ha logrado en los últimos siete años entre cazadores, gestores y la Junta de Andalucía es esencial para consolidar este modelo de gestión cinegética sostenible que contribuye a la salud de los ecosistemas andaluces y a la conservación de su patrimonio natural. El propósito de la Junta de Andalucía es seguir apostando por una caza que, enmarcada en la sostenibilidad y la innovación, contribuye decisivamente al desarrollo rural y a la preservación de nuestro entorno natural. No es casualidad que este año se haya incorporado, en la edición del Premio Andalucía de Medio Ambiente, la categoría de 'Caza Sostenible' que ha venido a reconocer el valor de la actividad cinegética como herramienta de gestión del medio natural, compatible con la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad de los ecosistemas.

Pueblos vivos en una Almería atractiva

Un ejemplo de la fortaleza del sector cinegético provincial y de su impacto en la economía local son las diversas ferias relacionadas con la caza que han ido impulsándose en Almería. De la presencia de la caza en encuentros tan antiguos como Terracultura de Chirivel, hemos pasado a otros específicos como la Feria de la Perdiz con Reclamo y Mundo Rural de Gádor,

que ya ha alcanzado su tercera edición, la Feria de Caza y Pesca de El Ejido, o la más joven Feria Ecuestre, Cinegética y de Pesca de Níjar. Desde la Delegación de Sostenibilidad y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía estamos encantados de participar en cuantos eventos relacionados con la caza se celebran en nuestra provincia, siendo frecuente en ellos la presencia de nuestros Agentes de Medio Ambiente para explicar a la ciudadanía las importantes funciones que desempeñan en materia de gestión cinegética en general y con la Brigada de Investigación de Veneno (y su Unidad Canina Especializada) en particular que para la erradicación del uso de venenos en el campo cuenta con la colaboración y el compromiso de todo el sector cinegético provincial y regional.

Entre los eventos cinegéticos singulares que ha acogido Almería en los últimos años y que son muestra de su dinamismo destaca la celebración en Fiñana de la final del Campeonato de España de San Huberto en 2023, organizado por la Sociedad de Cazadores de Fiñana con el apoyo de la Federación Andaluza de Caza. El acontecimiento, que fue todo un éxito con su centenar de participantes venidos de toda España, es buena prueba del potencial de la caza como actividad socioeconómica, del buen trabajo de los cazadores almerienses, sus gestores y sociedades, y de la capacidad de atracción

de nuestra maravillosa tierra. La provincia de Almería está demostrando que la caza no es una actividad del pasado, sino un recurso trascendental del presente que siembra vida en los pueblos de una provincia que aspira a mayores cotas de actividad y desarrollo.

La caza en Almería no es sólo una actividad deportiva; es un seguro de vida para el mundo rural. En una provincia que lucha contra la despoblación en sus zonas de interior, el sector cinegético aporta dinamismo, identidad y actividad económica. Almería tiene en su biodiversidad y en su gestión cinegética un activo estratégico que, bien gestionado, seguirá siendo fuente de prosperidad y un reclamo turístico que contribuye al futuro del mundo rural. Como generadora de empleo, conservadora de ecosistemas y reclamo de un turismo de calidad que rompe con la estacionalidad, la caza merece ser reconocida como una pieza clave en el puzzle del desarrollo sostenible de Almería.

Desde la Junta de Andalucía tenemos claro el desafío, y queremos seguir afrontándolo de la mano de la Federación Andaluza de Caza y todo el sector cinegético: evolucionar para conservar, gestionando el entorno desde el conocimiento científico y con pasión para que las futuras generaciones sigan encontrando en el monte almeriense una fuente de cultura y prosperidad.







¿Por qué el onubense Muelle de la Río Tinto está curvado?

El Muelle de la Río Tinto es uno de los iconos de Huelva que dibuja el horizonte de la ría, guardando una historia técnica y humana que sigue despertando asombro siglo y medio después. La última en volver a poner el foco sobre este emblema fue @Gemadmp_ en Tiktok. La guía turística y creadora de contenido onubense explica porqué el muelle no avanza recto hacia la ría, sino que se curva y se alinea con la orilla. "Como el agua de la ría era tan exigente, tuvieron que construirlo de forma que fuera más fácil para los barcos, quedando prácticamente paralelo a la orilla". Esta disposición permitía mejorar las maniobras de atraque. / Alberto Domínguez



El turismo en el ámbito gaditano y andaluz



**Antonio
Rafael Peña**

Profesor de Economía
Aplicada de la
Universidad de Cádiz

Lo turismo es, sin duda, un gran motor económico de la provincia de Cádiz. Las cifras más recientes la sitúan en este sector como el responsable de entre el 17 y el 28 % de la riqueza generada a nivel provincial, incluyendo no sólo el impacto directo, sino también el indirecto. Se estima que el impacto económico supera los 3.000 millones de euros en los últimos tiempos, con una media de 6,6 días de estancia por visitante. Este sector genera unos 300.000 empleos, entre empleos directos e indirectos en la provincia. Con una visita de más de 6,3 millones de turistas al año, y con más de 8,4 millones de pernoctaciones hoteleras, supone en el mercado una de las mejoras cifras de la última década. Aunque el turismo nacional sigue siendo mayoritario, es necesario destacar los visitantes que provienen de Alemania, Reino Unido y países nórdicos, los cuales están intensificándose con fuerza en los últimos tiempos. El posicionamiento que está alcanzando recientemente no se debe sólo al típico turismo de sol y playa, sino que abarca nuevos nichos de mercado como son las vertientes ecuestres, gastronómica, cultural y de cruceros. Ello posiciona a la provincia de Cádiz con un enorme po-

tencial, evitando la estacionalidad con la que se encontraba en lustros pasados.

En Andalucía, el turismo supone un poderoso impulso de la actividad económica, representando aproximadamente el 14 % del Producto Interior Bruto (PIB) regional. En efecto, el impacto económico superó en 2025 la cifra de 30.000 millones de euros, situándose el gasto medio por encima de los 90 euros. Actualmente, uno de cada cuatro empleos se encuentra en este sector, llegando a los 530.000 empleos directos e indirectos, incluyendo al sector de la hostelería y a los servicios turísticos, concentrándose el mayor volumen en las provincias de Málaga, Cádiz y Sevilla.

En este sentido, resulta necesario intensificar la financiación de las investigaciones y resultados que de esta se desprendan para consolidar las aportaciones que se realizan en la generación de riqueza de este sector en el ámbito territorial gaditano y andaluz. De hecho, desde el grupo de investigación que lidero, el SEJ-569 Economía, Empresa y Sociedad, se viene trabajando en esta línea, obteniendo interesantes resultados que pueden encauzar el camino de este campo científico. En los últimos años, algunos trabajos científicos

Es necesario intensificar la financiación de las investigaciones para consolidar la aportación en la generación de riqueza de este sector

publicados en este campo han sido los siguientes:

- Ruiz Chico, J.; Peña Sánchez, A. R.; Jiménez García, M. (2024): "Turismo y ODS: crecimiento económico, trabajo decente e igualdad de género en la Unión Europea". En International Congress on Sustainable Social Development and INDESS workshop. Dykinson.

- Peña Sánchez, A.R.; Ruiz-Chico, J.; Jiménez-García, M.; Pérez Peña, M.C. (2023): "Implementation of SDGs 5 and 8 of the 2030 Agenda in the Tourism Industry in the Countries of the European Union". En Walter Leal Filho (Editor), Ismaila Rimi Abubakar, Izael da Silva, Rudi Pretorius, Khaled Tarabieh, SDGs in the European Region, Springer, pp. 1177-1203. (<https://doi.org/10.1007/978-3-031-17465-0>).

- Jiménez García, M.; Ruiz Chico, J.; Peña Sánchez, A.R. (2023): "Generation Z and Intention to Travel: Effects of the Perception of COVID-19". RIMCIS: Revista Internacional y Multidisciplinar en Ciencias Sociales, 12(1), pp. 40-68. (<https://doi.org/10.17583/RIMCIS.10539>).

De estas investigaciones exhaustivas se desprende algunas evidencias empíricas de que el turismo está adquiriendo, no sólo en el ámbito provincial y autonómico, una especial relevancia a nivel europeo, generando riqueza y empleo en el conjunto supranacional, lo que invita a que los recientes esfuerzos científicos de los nuevos investigadores sigan esta línea, creando incluso nuevos ejes temáticos y de exploración en este campo, lo que sin duda enriquecería otras trayectorias y nuevos frentes de trabajo en este campo del saber, que definiera nuevos yacimientos laborales y nichos de mercado que favoreciera la prosperidad económica de la Comunidad Autónoma de Andalucía, en general, y de la provincia de Cádiz, en particular.



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

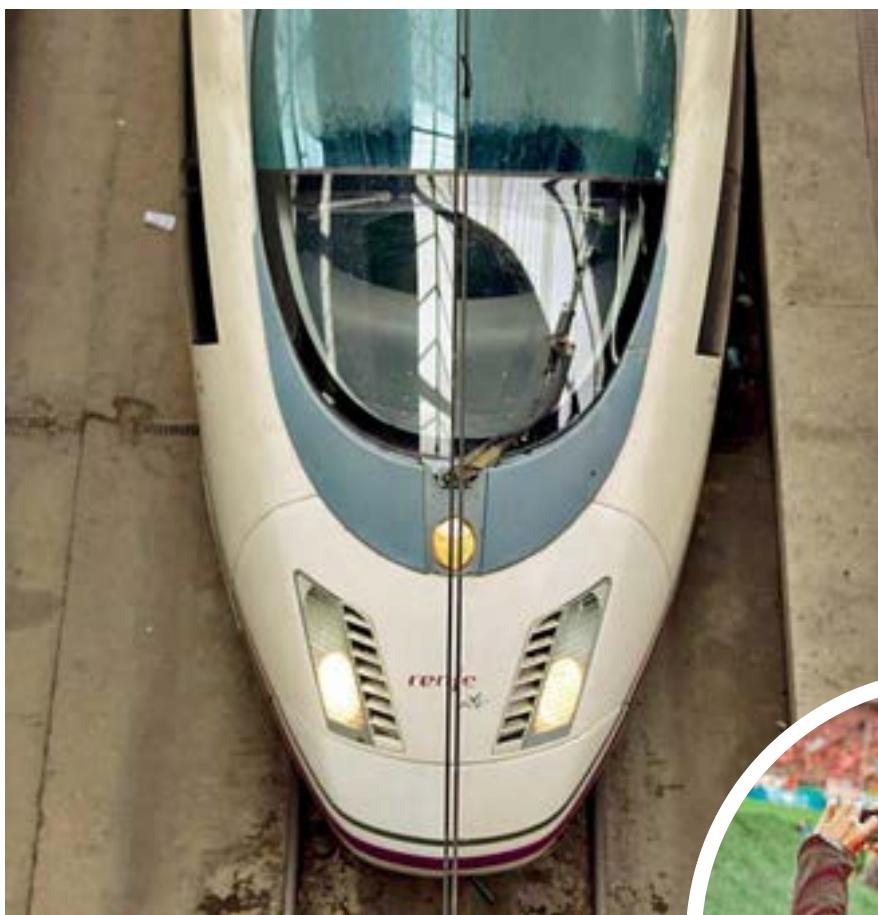
GENERANDO TALENTO

La Universidad de Almería destaca por su dinamismo, innovación y capacidad de adaptación, con una firme apuesta por la calidad docente, la investigación y el espíritu emprendedor. Promovemos la digitalización, internacionalización, sostenibilidad, igualdad e inclusión para ofrecer una formación integral.

Contamos con una amplia oferta de títulos y un campus único junto al mar, con instalaciones modernas, tecnología avanzada y una intensa vida cultural y deportiva. Nuestros programas de formación dual y gestión del talento facilitan una alta inserción laboral.

Universidad de Almería. Donde reside el talento.

www.ual.es



Talento y confianza en la construcción del turismo



Jorge

Espinós

CEO de VB Group

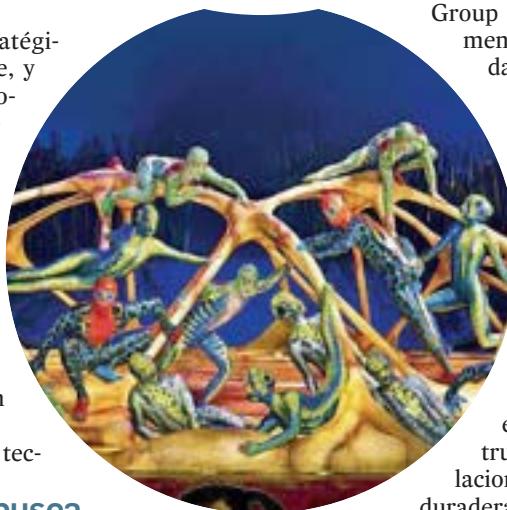
Ll turismo vive una transformación profunda: es más internacional, más exigente, más tecnológico y, sobre todo, mucho más rápido. Por ello, las empresas necesitan respuestas ágiles, información precisa y socios capaces de acompañarlas en un entorno cada vez más complejo.

Hoy el sector busca modelos capaces de combinar escala, agilidad y conocimiento profundo del entorno local: más digital, sin perder el trato humano; más eficiente, sin renunciar a la personalización. Este equilibrio es el futuro del turismo profesional. En VB Group, esa visión se traduce en una apuesta clara por la internacionalización, con presencia

directa y alianzas estratégicas en mercados clave, y por el desarrollo de soluciones digitales propias que simplifican la gestión y aportan valor real a nuestros clientes. Así, ofrecemos soluciones de movilidad y viajes en más de 60 mercados, manteniendo el control operativo y la cercanía con el cliente.

Al mismo tiempo, la tec-

Hoy el sector busca modelos que combinen escala, agilidad y conocimiento profundo del entorno local: más digital, sin perder el trato humano



nología es un pilar esencial de nuestra propuesta. Por eso hemos invertido en el desarrollo de VB All in One, una plataforma que integra toda la gestión del viaje corporativo en un único entorno: desde la operativa diaria hasta el control del gasto, la información en tiempo real y el análisis del impacto de los desplazamientos. La digitalización, bien entendida, no sustituye a las personas; optimiza procesos para aportar más valor.

VB Group es, en muchos sentidos, un reflejo de ese nuevo modelo de empresa turística. Hemos cerrado el año 2025 con una facturación cercana a los 180 millones de euros, un crecimiento del 28% respecto al año anterior, y con la ambición de alcanzar los 250 millones de euros en 2026. Contamos con un equipo de más de 290 profesionales y con un negocio diversificado en el que el viaje corporativo convive con áreas como eventos e incentivos (MICE), receptivo internacional, turismo deportivo (a través de VB Sports) y viajes de ocio (a través de ViajaBien).

Nada de esto es casual. Es el resultado del talento de nuestros equipos que construyen con una visión clara y de la toma de decisiones que han marcado el rumbo de VB Group en un momento de profunda transformación del sector. Creo firmemente en un crecimiento responsable, en la innovación aplicada al negocio y en la construcción de relaciones sólidas y duraderas con clientes y partners. FITUR nos recuerda cada año que el turismo sigue siendo, ante todo, una industria de talento, de confianza y de liderazgo. Y desde VB Group queremos seguir asumiendo ese papel activo en la construcción del futuro del sector.



Desarrollo turístico y Patrimonio Mundial

 **Antonio Montero
Alcáide**
Escritor

El reconocimiento de un sitio o de un bien como Patrimonio Mundial, dado el carácter excepcional que justifica y lleva a tan relevante distinción, no es un propósito o fin que deba iniciarse sin valorar, detenida y rigurosamente, que confluyen motivos, razones y merecimientos para alcanzarlo. Incluso así, la concurrencia de numerosas candidaturas, las particularidades singulares o las relaciones y vínculos entre ellas influyen, a veces de manera determinante, en el sistemático y detenido proceso de selección. De lo que resulta conveniente ajustar las expectativas y, sobre todo, adecuar o adoptar medidas y decisiones que refuerzen la naturaleza del sitio y contribuyan a satisfacer del mejor modo los criterios de selección. Además, por lo que en este caso interesa, que el sitio pueda incorporarse a la conocida como Lista Indicativa ya es un reconocimiento en sí mismo que anima y estimula en el propósito y, sobre todo, genera o refuerza iniciativas de promoción y desarrollo turístico.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) celebró, en 1972, una Convención para la Protección del Patrimonio

Mundial, Cultural y Natural, en la que se creó el Comité del Patrimonio Mundial. Forman parte de este un representante del Consejo Internacional de Monumentos y Lugares de Interés Artístico e Histórico (ICOMOS) y otro de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y sus Recursos (UICN). En esa convención se estableció la creación de una Lista del Patrimonio Mundial, integrada por los bienes del patrimonio cultural y natural que el Comité considerase de un valor excepcional. España cuenta, así, con 50 bienes inscritos en esa lista, 7 de ellos en Andalucía, y es el tercer país del mundo en número de bienes reconocidos. De manera previa a ese reconocimiento, los bienes susceptibles de ser declarados Patrimonio Mundial en el futuro se incluyen en un inventario, de cada Estado, que se denomina Lista Indicativa. Cuestión ya de sobra relevante, pues, sin figurar como mínimo un año en la Lista Indicativa del Estado Parte, no se podrá considerar ninguna propuesta de inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial.

A partir de esa Lista Indicativa, cada Estado planifica el momento en que deseja

La inclusión de un sitio en la Lista Indicativa para el reconocimiento como Patrimonio Mundial adecua y acrecienta el desarrollo y la promoción turística

presentar cada propuesta de inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial, y se elabora un exhaustivo expediente, escrito y gráfico, que requiere la UNESCO. La propuesta de inscripción se presenta al Centro de Patrimonio Mundial, que es el órgano central de coordinación y secretaría de la UNESCO para los asuntos relacionados con la Convención del Patrimonio Mundial. El expediente pasa después a los evaluadores de los Organismos Consultivos (ICOMOS y UICN), que llevan a cabo un profundo análisis del bien y se reúnen con los agentes implicados en su gestión. Finalmente, el informe que emiten esos organismos sirve de base para la valoración de la propuesta de la candidatura por el Comité del Patrimonio Mundial, que se reúne anualmente en una sesión para decidir, entre otros asuntos, los bienes que serán inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial. Tales bienes, por tanto, han de tener un Valor Universal Excepcional y cumplir con al menos uno de los diez criterios de selección establecidos.

En la actualidad, España cuenta con 35 sitios incluidos en la Lista Indicativa y entre ellos figura, desde el 26 de diciembre de 2023, “El paisaje cultural de Carmona”, ciudad de la provincia de Sevilla. Uno de las perspectivas más destacadas de esta candidatura es la de incluirse en la categoría de paisaje cultural, que solo cuenta con dos sitios en la Lista del Patrimonio Mundial: “Río de Janeiro: paisajes cariocas entre la montaña y el mar”, en Brasil, y el “Paseo del Prado y el Buen Retiro, un paisaje de artes y ciencias”, en España.

La singularidad de Carmona, de acuerdo con la justificación de su inclusión en la Lista Indicativa, es la de presentar el “valor excepcional que proporciona la continuidad y persistencia a lo largo del tiempo de su asentamiento (en un solo sitio) y su integración con el paisaje rural circundante durante más de cinco mil años”, con evidentes diferencias, por ello, en la comparación con los otros dos bienes mencionados. Y el criterio de referencia más directo para la selección de “El paisaje cultural de Carmona” en la Lista del Patrimonio Mundial tiene directa relación con ello: “El paisaje cultural de Carmona, completo con una combinación de elementos naturales y antrópicos, es un ejemplo sobresaliente de los primeros asentamientos humanos en el sur de Europa, testimonio de su evolución y estrategias de adaptación a los cambios económicos desde el período neolítico hasta hoy”.

La relevancia turística de Carmona, en la confluencia de su entidad histórica, monumental, paisajística y cultural, se refuerza significativamente con su inclusión en la Lista Indicativa y constituye una destacada muestra de la confluencia armónica entre desarrollo turístico y preservación de un patrimonio que aspira al reconocimiento mundial.

Movilidad, aliada contra la estacionalidad



Jaime Bigeriego
Vicepresidente de
Sixt Rent a Car

ANDALUCÍA es uno de los grandes destinos turísticos de Europa. Cada año vuelve a demostrar su capacidad de atracción y las cifras de llegadas, pernoctaciones y gasto consolidan una historia de éxito que todos conocemos. Provincias como Almería reflejan especialmente bien este potencial: un destino con una costa singular, un entorno natural único y una oferta cultural y gastronómica en crecimiento que cada vez atrae a más visitantes fuera de los meses de verano. Sin embargo, bajo esa superficie se esconde un desafío que condiciona el futuro del sector y la calidad de vida de quienes trabajan en él: la fuerte estacionalidad.

En muchos municipios, incluidos algunos del litoral almeriense, la diferencia entre un fin de semana de agosto y uno de noviembre es enorme. Hay negocios que concentran la mayoría de su facturación en pocas semanas, plantillas que se renuevan campaña tras campaña y recursos turísticos que durante meses permanecen infrautilizados. Desestacionalizar no es un tecnicismo, es una necesidad estratégica si queremos un turismo más equilibrado, sostenible y justo con el territorio. Más aún si tenemos en cuenta que Andalucía dispone de argumentos de sobra para ser un destino activo los doce meses del año.

La otra cara del éxito turístico andaluz

La estacionalidad tiene efectos económicos, sociales y también ambientales. Difícilmente consolida empleo estable y cualificado, hace más arriesgada la inversión a largo plazo y concentra la presión sobre infraes-

tructuras, servicios públicos y espacios naturales en períodos muy concretos.

Al mismo tiempo, buena parte del patrimonio histórico, de la red de parques naturales como Cabo de Gata-Níjar o la Alpujarra almeriense, de la oferta gastronómica ligada al calendario agrícola, del enoturismo, del golf o de la programación cultural y congresual mantiene un potencial enorme fuera del verano que todavía no aprovechamos del todo.

Un nuevo viajero para una nueva temporada

En SIXT España vemos cada día cómo evoluciona el perfil de quienes nos visitan. Junto al turismo familiar de sol y playa aparecen segmentos con gran capacidad para viajar en temporada media y baja. Parejas jóvenes y senior sin condicionantes escolares, profesionales que teletrabajan y prolongan su estancia, aficionados al senderismo, al ciclismo, al golf o a los deportes de invierno, amantes del vino y de la gastronomía de temporada o participantes en congresos y eventos que se celebran en otoño, invierno y primavera.

Estos viajeros buscan algo distinto. Valoran la tranquilidad, la mejor relación entre calidad y precio y la autenticidad de los destinos cuando se alejan las aglomeraciones. Sobre todo, desean flexibilidad. Quieren combinar días en la costa con escapadas al interior, alargar su viaje tras un congreso o conocer varias provincias en una sola estancia. Esta forma de viajar encaja muy bien con la realidad andaluza, siempre que

Desde nuestras sucursales en Andalucía, situadas en puntos estratégicos, comprobamos cómo disponer de coche cambia por completo la experiencia

la movilidad acompañe y ayude a distribuir la demanda de manera más equilibrada, evitando una mayor presión sobre los puntos ya saturados.

La movilidad como puente hacia la Andalucía menos visible

El principal obstáculo para aprovechar el potencial de la temporada media y baja no es la falta de oferta, sino la dificultad para acceder a ella. Muchos de los recursos que brillan fuera del verano, como los parques naturales, las comarcas olivareras, las rutas del vino o los pueblos de interior, carecen de conexiones directas que se adapten a los horarios y expectativas del viajero internacional. En una provincia como Almería, donde las distancias son asumibles pero el transporte público no siempre llega a todos los rincones, contar con movilidad flexible marca la diferencia.

Aquí el alquiler de vehículos se convierte en un puente esencial. Desde nuestras sucursales en Andalucía, situadas en aeropuertos, estaciones y puntos estratégicos de las principales ciudades, comprobamos cómo disponer de un coche cambia por completo la experiencia. El cliente que aterriza en Málaga en febrero puede visitar la ciudad, acercarse a la Sierra de las Nieves o a Ronda y continuar viaje hacia Cádiz. Quien asiste a un congreso en Granada puede prolongar unos días su estancia para conocer la Alpujarra o el Cabo de Gata. Lo que antes era una escapada cerrada a un único destino se transforma en una ruta que extiende la estancia y reparte el gasto en el territorio.

La aportación de SIXT a un turismo de doce meses

Como compañía de movilidad, asumimos que nuestra responsabilidad va más allá de entregar y recoger llaves. Nuestro objetivo en Andalucía es contribuir a que destinos como Almería sean accesibles y atractivos durante todo el año, siempre en equilibrio con su realidad social y ambiental. Para ello mantenemos una red de oficinas que se adapta a la demanda, impulsamos procesos digitales que facilitan el alquiler y renovamos constantemente flota con vehículos, de modo que viajar en temporada media y baja sea cómodo, sencillo y competitivo.

Un turismo de doce meses necesita precisamente esa movilidad al servicio del destino. Y también necesita colaboración. El papel de la Junta de Andalucía, de ayuntamientos como el de Almería y la implicación de los distintos actores turísticos y de movilidad son fundamentales para avanzar hacia un modelo que genere valor no solo para los visitantes, sino también para los residentes y para el territorio en su conjunto.



Diego Valera

Presidente de la Junta
Rectora del P.N. Cabo de
Gata-Níjar

L Parque Natural Cabo de Gata-Níjar no es solo un paraje de belleza excepcional. Es, desde una perspectiva académica, un laboratorio vivo donde se manifiesta con nitidez el dilema contemporáneo entre conservación de la geo y biodiversidad, y el uso público. La acusada estacionalidad del turismo tensiona los ecosistemas marino y terrestre, y añade complejidad a la gobernanza multinivel del espacio protegido. Es necesario el desarrollo de líneas de acción para un modelo de turismo responsable, orientado a la desestacionalización, la diversificación de la oferta, la educación ambiental y el refuerzo de la ordenación y vigilancia.

No es un espacio protegido más, acumula un paquete excepcional de reconocimientos y figuras de protección, tanto terrestres como marinas: Reserva de la Biosfera, Geoparque Mundial de la UNESCO, Zona de Especial Conservación (UE), Zona de Especial Protección de Importancia para el Mediterráneo (NACIONES UNIDAS), entre otras. Un espacio con este nivel no puede gestionarse con la lógica de temporada alta, necesita un modelo de visita compatible con la conservación, que deslocalice, limite los usos de alto impacto y refuerce una economía local basada en la calidad y la continuidad.

La Junta Rectora promueve procesos participativos para la ordenación progresiva de las actividades que acoge el Parque, buscando la compatibilización sostenible de las actividades y la conservación de los recursos ecológicos, geológicos y paisajísticos. Es un espacio plural de búsqueda constante del consenso, para compatibilizar conservación y desarrollo local. En este marco se trabaja para la necesaria ordenación y regulación. Un ejemplo claro es la reciente aprobación de los objetivos de gestión para 2026, entre ellos la prohibición de motos de agua en la franja marina del espacio protegido y la continuidad del balizamiento estival.

El modelo de turismo en espacios protegidos debe ser soportable a largo plazo, viable económicamente y equitativo socialmente para las comunidades locales, conforme a la Carta Europea de Turismo Sostenible y al Código Ético mundial para el Turismo. En el plano jurídico, el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) y el Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG), establecen criterios de gestión para descongestionar zonas críticas, adecuar la intensidad de uso a la capacidad de carga del espacio, orientar el uso público hacia la calidad y educación ambiental, y regular actividades de turismo activo y ecoturismo. En todo caso, el principio de precaución y el de prevención, inspiran la regula-



Turismo responsable en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar

ción en espacios vulnerables.

La máxima intensidad de actividades turísticas coincide con los meses centrales del verano, tensionando los límites de la resiliencia de nuestros ecosistemas y poniendo en riesgo los servicios ecosistémicos que nos brinda el Parque. Determinadas actividades generan impactos sobre ecosistemas frágiles y externalidades negativas que afectan tanto al medio natural como a la calidad de vida local. En este sentido, la Junta Rectora ha desplegado medidas graduales y participadas para ordenar la actividad. Entre ellas, zonas excepcionales de varado, sistemas de balizamiento estival, limitación y calendario de eventos deportivos, regulación específica de buceo y, para 2026, la prohibición del uso de motos de agua. Esta decisión se alinea con el mandato del PORN y constituye un hito en la protección del litoral.

Reducir la estacionalidad es el eje central para la sostenibilidad ecológica y social del territorio. Requiere diversificar y desplazar la demanda mediante productos y experiencias vinculadas al conocimiento y a la interpretación del patrimonio natural y cultural. De este modo, es necesario potenciar el ecoturismo todo el año, así como el turismo científico y de aprendizaje. Además, para hacer crecer

La acusada estacionalidad del turismo tensiona los ecosistemas y añade complejidad a la gobernanza multinivel del espacio protegido

la economía local y mejorar la aceptación social del turismo, debemos poner en valor el patrimonio etnográfico, la pesca artesanal, artesanía, gastronomía y la marca Parque Natural.

Sin duda, el trabajo participativo de la Comisión de Socioeconomía y Turismo de la Junta Rectora, de las entidades y empresas que operan con criterios de calidad y responsabilidad en el espacio protegido, garantiza la participación plural, técnica y de búsqueda constante de soluciones de consenso para compatibilizar conservación y desarrollo local.

El turismo no es antagónico a la conservación, puede ser su aliado si se gestiona con rigor, conocimiento y participación. La prohibición de las motos de agua, la continuidad del balizamiento, la ordenación de accesos y eventos deportivos, y la regulación del turismo activo, son pasos necesarios para reducir la presión estival y proteger los valores que hacen única a esta joya de Almería. Pero el éxito a medio plazo dependerá de que instituciones, empresas y visitantes asuman una responsabilidad compartida; desestacionalizar, educar, cumplir las normas y reconocer que la conservación es la garantía del atractivo y del bienestar de la comunidad.

Y, junto a ello, no podemos obviar que la sostenibilidad también exige entornos seguros y libres de amenazas sociales. Redoblar esfuerzos para erradicar la lacra del narcotráfico y el tráfico de seres humanos en nuestras costas, es una tarea ineludible, porque la protección del patrimonio natural debe ir de la mano de la defensa de la dignidad humana y la legalidad.

El sector del caravaning está de moda



José Manuel
Jurado
Presidente de
ASEICAR

El sector del caravaning está de moda y ha llegado, por fin, a nuestro país para quedarse. Si preguntamos actualmente a cualquier persona de la calle por una modalidad vacacional y de ocio, en contacto con la naturaleza, sin horarios ni prisas y con libertad total de movimientos, todo el mundo nos respondería que el caravaning. En apenas una década, el sector ha pasado de ser un gran desconocido a ser la única y mejor alternativa de turismo itinerante. Y los datos de matriculaciones anuales así lo demuestran. Solo en el último año se incrementaron un 22% a nivel nacional y Andalucía es una de las CCAA más importantes para el sector. Por ejemplo, en 2024 fue la 2ª comunidad tras Cataluña que más autocaravanas y campers se matricularon con 796 y por encima de comunidades como Madrid, País Vasco o Valencia. Esta cifra supone un incremento de más de un 48% respecto a 2023.

Sin embargo, el crecimiento que vive el sector caravaning en cuanto a matriculaciones y popularidad social, no se corresponde al crecimiento en infraestructuras. En apenas 10 años se han pasado de 185 áreas de autocaravanas a casi 1.500 pero, muy por debajo de las 6.000 y 7.000 que cuentan otros países europeos como Francia o Alemania. Según los cálculos que manejamos desde ASEICAR, actualmente y para satisfacer la demanda actual, especialmente en temporada alta, tenemos un déficit de unas 2.000 áreas más, de las que ya existen.

Andalucía cuenta actualmente con más de 150 áreas repartidas por toda la comunidad pero existen municipios muy turísticos en zonas de Cádiz y Málaga especialmente, donde se producen aglomeraciones espontáneas por ser insuficientes el número de áreas. Desde ASEICAR llevamos años ofreciendo nuestro apoyo y asesoramiento a instituciones y organismos para facilitar la creación de estos espacios que generan riqueza y atraen turismo.

Hay que tener en cuenta que cada año cerca de 400.000 autocaravanas, caravanas y campers recorren nuestras carreteras, desplazando a casi millón y medio de personas que desembolsan una media de 180€ diarios en pequeños



No lo llame turismo, llámelo negocio



Ángeles Gallego

Catedrática de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla

CUANDO escuchamos que podemos llegar a los 100 millones de visitantes extranjeros en nuestro país, parecería que es un objetivo que todos estamos deseando que llegue. El turismo, como comprende a varios tipos de empresas, parece que no es un negocio que pertenezca a nadie. Y ahí es donde nos están engañando a los ciudadanos, que somos los que estamos realizando la inversión que necesita ese negocio, los que estamos soportando las consecuencias (en precios, vivienda, sanidad) de su intencionado descontrol y los que estamos de atrezo y figuración en el negocio. La realidad es que el número de turistas que visitan una ciudad se podría controlar, y que seguir aumentando el número de millones de visitantes que recibe nuestro país, ya saturado de turistas, muy lejos de ser deseable está generando muchos problemas a sus habitantes.

Cualquier otro sector tiene su regulación y sus límites, la inversión corre a cargo de los/as empresarios/as, no pueden generar problemas de salubridad y convivencia, se tiene que encargar de su transporte, y un largo etcétera que parece no incumbir al turismo. En este sector, parece que todo eso debe ir a cuenta del ciudadano. Y es porque a esto que nos está pasando no hay que llamarlo turismo, hay que llamarlo negocio. Porque, ¿se ha parado usted a pensar qué es lo que vende ese negocio del turismo? Pues vende las calles de la ciudad en la que usted vive, la vivienda que usted habita, sus costumbres, sus transportes públicos, su forma de vida.... Todo eso que usted está viendo poco a poco desaparecer para beneficio de unos pocos.

¿Se imaginan que cualquier otra industria les dijera que tienen que cederles sus terrenos para situar su negocio? Pues una parte importante de la industria turística ha florecido en las viviendas de los ciudadanos (que ya no están en el mercado para el uso que fueron construidas), expulsándolos y elevando el precio de la vivienda de tal manera en esas ciudades (y por

contagio en las adyacentes) que están comiéndose el futuro de los jóvenes. ¿Se imaginan que en su ciudad le pusieran al lado de su casa una empresa que produce vertidos, ruidos y otros agentes contaminantes? Pues los turistas producen basuras, ruidos y otros agentes contaminantes sin que nadie los controle ni les diga nada. Parece que todo les está permitido.

¿Se imagina que cualquier otra industria se nutriera de los servicios que pagan los impuestos de los ciudadanos? Pues le acaban de subir la tasa de basura a muchos españoles para atender ciudades cada vez más sucias por el exceso de turismo. Y no es el único impuesto con el que usted subvenciona el negocio, todos aquellos impuestos municipales que van encaminados a mantener nues-

tra ciu-

ra atender a los turistas que así lo requieren (y que muchas veces vienen a hacer turismo para acceder a servicios sanitarios que no tienen gratis en su país). Si usted tiene la mala suerte de trabajar en algún lugar cercano a una parada de autobús que haya sido reseñada en google o etiquetada por el/la influencer de turno, olvídense porque no va a poder cogerlo. Así que también le financiamos el transporte público.

Para que los turistas tengan experiencias "auténticas" (que hasta hace poco era lo que venía siendo su vida cotidiana), estamos perdiéndolo todo: la cervecita en la tasca de su barrio, las ofertas de cada supermercado y las horas de conseguirlas, el paseo por las calles de su barrio (cualquier rincón agradable de cualquier barrio de su ciudad que descubra una agencia o un influencer será objeto de venta y colonización) y los empleos cualificados, que no son los mayoritarios en el sector.

Parece que poner de manifiesto esto, que no es sino una realidad, nos sitúa dentro de la esfera de los detractores de una industria que es muy importante para nuestra economía y que genera empleo. Y no hay nadie que haga nada. Los políticos miran para otro lado, en parte porque forman parte de estos intereses (y porque lucen unas magnitudes económicas que dan apariencia de una riqueza que solo disfrutan los negocios) y en parte porque la política está siendo ocupada por personas que no tienen la capacidad de hacer nada, que es lo que conviene a los que están arriba para poder mantenerse.

Así que, si quiere recuperar el futuro de sus hijos/as, su vivienda, sus calles, el rédito de sus impuestos, su sanidad, su intimidad y todo aquello a lo que los turistas no deberían tener acceso pero que están esquilmando, muévase. Sólo la sociedad civil unida va a poder parar esto. Exijamos a los políticos que se sienten con nosotros a poner límites a esta industria que es un negocio y no otra cosa. Repensem el futuro de nuestra ciudad para que sea lo que los ciudadanos que la mantenemos queremos, no lo que interesa a los que se están llevando los beneficios. Y pongamos un cupo a los turistas, que así serán muy bien recibidos y que, como en todos los negocios, tendrán que disfrutar de sus espacios, no de los nuestros. Ellos son los que deben ser observados como elemento ajeno a la ciudad, y no usted o yo cuando nos sentamos a tomarnos un café en nuestro trabajo y nos hacen una foto sin nuestro permiso como si fuésemos monos de feria a su disposición.



dad y sus servicios básicos, están financiando las instalaciones de esta industria que son, sencillamente, esa ciudad que usted sufraga. También los impuestos con los que usted sufraga una sanidad pública cada vez más deteriorada (que también está yendo a manos privadas, pero esa es otra cuestión), da pa-

Parece que poner de manifiesto esto nos sitúa dentro de la esfera de los detractores de una industria tan importante para nuestra economía

Hacia un turismo más reflexivo: así evoluciona el intercambio de casas



Pilar Manrique

Portavoz de HomeExchange en España

En un contexto marcado por el aumento del coste de la vida, la búsqueda de experiencias más auténticas y una mayor conciencia sobre el impacto del turismo, el intercambio de casas se consolida como una de las tendencias que están redefiniendo la forma de viajar. Aunque, gracias a su democratización, ya no es un concepto nuevo, su crecimiento en los últimos años refleja un cambio profundo en las motivaciones de los viajeros. De hecho, el uso de HomeExchange se ha triplicado en los últimos cuatro años, y la plataforma está en camino de alcanzar los 15 millones de pernoctaciones en 2026. Frente a un turismo cada vez más estandarizado y costoso, gana protagonismo una demanda que prioriza la conexión con los destinos, las relaciones humanas, la convivencia con la vida local y el acceso a alternativas más sostenibles y asequibles. En este escenario, HomeExchange, plataforma líder en este modelo desde hace más de tres décadas, se ha convertido en el principal referente de un modelo que combina ahorro económico con una experiencia de viaje más humana gracias a su comunidad.

La plataforma cuenta actualmente con 270.000 miembros repartidos en 155 países y se registra un intercambio cada minu-

to, cifras que evidencian la madurez y la solidez de este tipo de viajes. En 2025, el crecimiento del intercambio de casas se ha visto impulsado por viajeros que priorizan el equilibrio entre coste, comodidad, relaciones humanas, autenticidad y sostenibilidad. Uno de los elementos diferenciales del modelo de HomeExchange es su sistema de suscripción anual, que permite realizar intercambios ilimitados por una cuota fija, sin haber contraprestación económica entre sus miembros. En un momento en el que el precio del alojamiento se ha convertido en uno de los principales condicionantes del viaje, esta fórmula hace que viajar sea más accesible para aquellos que lo desean al tiempo que fomenta un uso más responsable de las viviendas y una relación más equilibrada con los entornos locales.

El uso de HomeExchange se ha triplicado en los últimos cuatro años y la plataforma está en camino de alcanzar los 15 millones de pernoctaciones en 2026

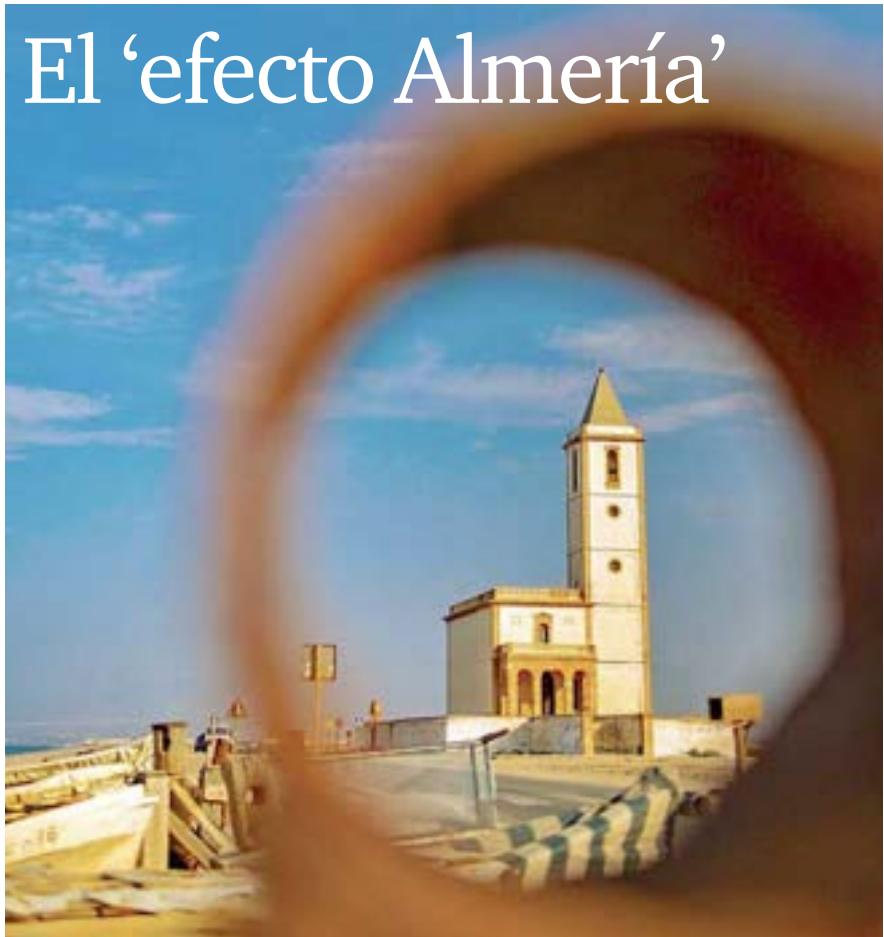
Para ilustrar esta nueva fase de crecimiento, HomeExchange presenta una identidad de marca renovada, basada en su comunidad y que incluye un nuevo logotipo e identidad visual. El logotipo rediseñado simboliza la reciprocidad inherente al intercambio de casas, la nueva paleta de colores refleja la vitalidad de la comunidad y op-

tamos por un lenguaje visual más cercano y humano. Además, la compañía ha actualizado su misión: fomentar un mundo en el que compartir acerque a las personas y, a su vez, enriquezca sus vidas.

En plena transformación del sector turístico, el auge del intercambio de casas refleja una tendencia más amplia hacia un turismo basado en el uso compartido de recursos, la reducción del impacto ambiental y la recuperación del valor social del viaje. Con esta nueva identidad, HomeExchange comienza 2026 poniendo la conexión humana y la responsabilidad social en el centro de su estrategia para marcar así un camino claro hacia un turismo más consciente y cercano.



El 'efecto Almería'



**María del Mar
Vázquez**

Alcaldesa
de Almería

A ciudad de Almería ha ido ganando protagonismo como destino turístico en los últimos años, pasando de ser uno de los grandes secretos mejor guardados del Mediterráneo a convertirse en referente para miles de visitantes nacionales e internacionales que descubren en ella una combinación única de historia, paisaje, gastronomía y autenticidad, a lo que se suma una ausencia absoluta de masificación. Es el EFECTO ALMERÍA.

Almería sorprende al viajero con múltiples argumentos: clima, playas, entorno natural, orografía..., lo que la convierte en escenario perfecto para la práctica del turismo activo o azul, a los que se suman otros motivos, como su extraordinario patrimonio histórico y cultural, su exquisita y variada gastronomía, o sus singulares museos. Siempre hay un excusa para visitar la ciudad.

Y ahí reside nuestro mérito, en los detalles. Junto al tradicional turismo de sol y playa, en el que existen múltiples competidores, nuestra ciudad está sabiendo po-

sicionarse en las preferencias singulares que buscan los viajeros, como puede ser la capacidad de ofrecer una atmósfera idónea para la práctica del deporte todo el año, disponer de planes alternativos culturales únicos y diferenciados o la posibilidad de degustar una gran variedad de platos y guisos de calidad suprema a precios competitivos con productos de la huerta de Europa. Esa complementariedad es la que hace a Almería única. Todo ello, unido a que no sufrimos aglomeraciones incómodas nos convierte en un destino cada vez más demandado. Es el EFECTO ALMERÍA.

Mucho que ofrecer

Son varios los productos turísticos sobre los que el Ayuntamiento de Almería está realizando esfuerzos notables. El primero de ellos aborda el contenido y el continente de los espacios museísticos. La Red Municipal de Museos está conformada por más de diez espacios sobre los cuales se está llevando a cabo un plan para actuali-

Junto al tradicional turismo de sol y playa, nuestra ciudad se posiciona en las preferencias singulares que buscan los viajeros

zar la oferta al visitante: introducción de realidad virtual, adquisición de nuevas piezas, instalación y renovación de mobiliario especializado adaptado a las nuevas necesidades tecnológicas y de accesibilidad y un largo etcétera que convertirán la visita a los Refugios subterráneos de la Guerra Civil o al Yacimiento Arqueológico Barrio Andalusí en experiencias únicas, como lo son también los recorridos por la Alcazaba, una de las mayores fortalezas andaluzas de España, la Catedral-Fortaleza de la Encarnación o el mirador de San Cristóbal.

En materia cinematográfica, por ejemplo, estamos impulsando la creación de un set de rodaje en la Casa del Cine que vendrá a complementar la oferta a los productoras interesadas en rodar en nuestra tierra y en relación a los espacios naturales estamos creando contenido para el futuro centro de visitantes del Torreón de San Miguel que resalta la importancia de la conservación del hábitat y de las especies autóctonas, poniendo en valor siempre el valor medioambiental del Parque Natural Cabo de Gata.

Seguiremos potenciando las presentaciones gastronómicas de la cocina almeriense en otras ciudades de la mano de la Asociación de Hosteleros de Almería (Ashal) y en el segmento de cruceros queremos desarrollar encuentros entre las compañías en el propio destino, además de mejorar las instalaciones de recepción de visitantes en colaboración con el Puerto de Almería.

En turismo activo y saludable vamos a construir nuevas instalaciones a pie de playa, como el Arena Center de El Toyo, nuestra urbanización turístico residencial de referencia, para la práctica deportiva todo el año porque así nos lo permite el clima y la infraestructura hotelera, que es de primer nivel, lo que nos sitúa como escenario único para acoger eventos de todo tipo en cualquier momento.

Todo ello y mucho más es lo que vamos a poner de manifiesto en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), una de las principales citas del sector, a la que Almería Ciudad no puede faltar porque tenemos mucho que ofrecer. En IFEMA Madrid presentaremos la nueva campaña promocional, fresca, divertida, diferente, como Almería. También tendrán su protagonismo la Semana Santa y el Museo de la Guitarra y mantendremos encuentros junto a la Diputación con compañías aéreas, turooperadores, Movelia y Rente, entre otros, para continuar potenciando la conectividad de la ciudad y provincia.

Almería capital se presenta hoy como una ciudad abierta, luminosa y con una identidad propia que cada vez seduce a más viajeros y lo hacemos de forma progresiva y consciente, apostando por un modelo sostenible, desestacionalizado y de calidad. Es el EFECTO ALMERÍA.



Cada aeropuerto cuenta



Ignacio Tejero

Director del Aeropuerto de Almería

ANDALUCÍA es mucho más que sol y turismo: es una región conectada y dinámica, abierta al mundo, gracias a los seis aeropuertos y un helipuerto gestionados por Aena. Málaga-Costa del Sol, Sevilla, Federico García Lorca Granada-Jaén, Almería, Jerez, Córdoba y Algeciras posicionan estratégicamente a nuestra comunidad autónoma como un gran hub en el Sur de Europa.

La relevancia de dicho posicionamiento es indiscutible en una región con más de 87.600 kilómetros cuadrados de superficie y un sector turístico que aporta en torno al 13% del PIB. Más aún si consideramos el papel fundamental que la conectividad aérea desempeña en la vertebración territorial y el desarrollo económico. Actualmente, a través de los aeropuertos andaluces se operan medio millar de rutas directas a cerca de 300 destinos de una treintena de países. Una actividad ingente que sostiene más de 16.400 empleos en cientos de empresas con servicios vinculados al día a día de nuestras infraestructuras.

El impulso de los grandes aeropuertos como Málaga-Costa del Sol y Sevilla es innegable, pero quiero reivindicar el papel que juegan los aeropuertos regionales, y en particular el del Aeropuerto de Almería, que tengo el privilegio de dirigir. Los aeropuertos regionales también suman (y mucho) al tejido económico y social, aprovechando las sinergias del modelo de red de Aena.

La suma del tráfico vinculado a estos aeropuertos complementa y enriquece las potencialidades de Andalucía como destino. Cuanto más volumen (entendido en términos de posibles pasajeros) sea capaz de agrupar un territorio, más atractivo resultará para que una compañía aérea implante una ruta, ya sea de corto/medio o largo radio.

En el caso de las rutas de largo radio, tales como las que conectan Andalucía con Estados Unidos o Asia, el volumen es la clave, la condición sine qua non, para que lleguen a materializarse: poner en marcha una ruta de este tipo supone una inversión de unos 100 millones de euros para una aerolínea, de modo que sólo se planteará implantarla si tiene la certeza de que sus aviones van a llegar y salir llenos. Por eso, la estrategia de Aena junto a las instituciones regionales para el desarrollo de estas conexiones se basa en aprovechar la ventaja competitiva de sumar el potencial de TODOS los aeropuertos andaluces. Cuantos más pasajeros sumemos entre todos, más fácil será atraer nuevas rutas que beneficien al conjunto de Andalucía. Pero la conectividad va más allá del largo radio y ofrece para los aeropuertos regionales un sinfín de oportunidades en rutas punto a punto o conexiones con los grandes hubs europeos.

Para aprovechar estas oportunidades, Aena mantiene una estrecha colaboración tanto con las entidades e instituciones locales encargadas de la promoción turística

El impulso de los grandes aeropuertos es innegable, pero quiero reivindicar el papel que juegan los aeropuertos regionales, y en particular el de Almería

y de negocios de los destinos, como con las compañías aéreas, buscando sinergias, coordinando estrategias y diseñando estrategias eficaces para cada territorio.

Cabe destacar que Aena es especialmente sensible con los territorios en los que se asientan los aeropuertos regionales (mal llamados "secundarios" desde ciertos ámbitos), aplicando desde 2024 bonificaciones tarifarias de hasta el 70% en aquellos con menos de tres millones de pasajeros y que aún no han recuperado los niveles prepandemia. Estas bonificaciones, vigentes hasta 2028, garantizan estabilidad y un horizonte temporal de referencia para apoyar el ejercicio de planificación de las aerolíneas.

Además, desde los aeropuertos no dejamos de promover la mejora de la conectividad: desde inversiones para ofrecer unas instalaciones ágiles que favorezcan las escalas eficientes de las aerolíneas y servicios de calidad, hasta las mencionadas bonificaciones tarifarias a nuevos vuelos, participación en foros internacionales de referencia e identificación de rutas potenciales para ayudar a las compañías en su toma de decisiones (un millar de casos de negocio diseñados en la última anualidad). Todo ello se coordina en las mesas técnicas de conectividad que Aena mantiene con las entidades locales -en Andalucía, una por cada provincia-. No hay que perder de vista que los aeropuertos facilitan la operativa de las compañías, pero son los destinos los que generan la demanda, por eso es fundamental el trabajo conjunto.

En Aena sabemos gestionar aeropuertos y escuchar a las compañías aéreas, empatizando con los territorios para que nuestras infraestructuras sean aliadas de la conectividad. Cada aeropuerto aporta valor a esa masa crítica que atrae el interés de las aerolíneas.

Cada aeropuerto de Andalucía cuenta.

De Generositas Generatio



Pedro Valades

CEO Valnest Hotels,
Executive Certificate AI,
MIT School

PODRÍA comenzar este breve narrativo en un contexto cercano a todos, haciendo referencia a una conversación con mi hijo, terminando el Master en Finance, en la que especulábamos sobre los cambios transversales que gradualmente se están enraizando en el ADN de nuestra sociedad.

También podría comenzar este breve narrativo con una sonrisa de satisfacción compartida con vosotros, por los buenos resultados que el sector turístico continúa disfrutando un año más.

Pero como soy un irreverente empedernido, me temo que voy a comenzar este breve narrativo con cuatro números fríos e ingratos (que nunca supe por qué los números que no nos gustan tienen temperatura y se vuelven “fríos”):

-Dato 1: España cuenta con 15,000 establecimientos hoteleros (incluyendo casas rurales y hostales)

-Dato 2: España cuenta con un inventario diario de aproximadamente 900,000 habitaciones, o sea unas 330 millones de habitaciones disponibles al año.

-Dato 3: Voy a la sonrisa de satisfacción compartida...en los últimos años hemos alcanzado un record histórico de ocupación en España, 72% de ocupación media...pero sigue habiendo 90 millones de habitaciones vacías.

La conversación con mi hijo estaba relacionada con analizar sectores en los que realizar inversiones, anticipando la transformación que va a experimentar o que ya está experimentando, a gran velocidad, la sociedad en su conjunto. Y coincidímos en que el sector experimentando la mayor transformación es el de nuestra propia esencia como especie: el incremento de la longevidad, enfatizando un modelo sanitario de diagnósticos virtuales, nanotecnología quirúrgica y biomedicamentos inteligentes. Es decir, en un futuro muy muy cercano vamos a vivir más tiempo y con mejor salud.

En ese contexto, de forma natural se modificarán las necesidades y expectativas de la población, con impacto directo e inmediato en dos grandes sectores: alimentación y ocio. En un futuro muy muy cercano la demanda de ocio se incre-

La misión de nuestra generación, la saliente, es ser generosos: invertir en infraestructuras, en profesionalidad, en automatización...

mentará de forma exponencial, se estabilizará el componente estacional y, de forma natural, se profesionalizará el sector con una fórmula mixta de profesionales supervisando procesos en buena medida ejecutados por robótica y automatización.

Vuelvo ahora al Dato 3 que veíamos al inicio de este narrativo, el de la sonrisa compartida del 70% de ocupación pero 90 millones de habitaciones vacías al año. La demanda de ocio, la demanda hotelera, sigue teniendo actualmente un alto componente estacional y hay una asimetría evidente entre el grado de ocupación de diferentes destinos. Esta asimetría en la demanda se explica por la asimetría en la inversión que históricamente se ha realizado en infraestructuras. Punto.

Como ya hemos dicho, las generaciones que ya están aquí, las de nuestros hijos nacidos en este milenio, vivirán más años, con mejor salud y consumirán más ocio, priorizando el bienestar personal.

La misión de nuestra generación, la generación saliente, es ser generosos: invertir en infraestructuras, en profesionalidad, en automatización y en productos sostenibles y escalables, facilitando a nuestros hijos y a los hijos de nuestros hijos un bienestar mayor y continuado durante esa larga y saludable vida que les aguarda.

Generositas Generatio, ojalá nos recuerden así.

Cuidemos lo que nos hace únicos



Gaspar

Sáez

Chief Operating Officer en Sur de España y Algarve de Barceló Hotel Group

ANDALUCÍA se encuentra en un momento clave en su relación con el turismo, en un año que ha dejado cifras históricas para la región. La actividad no solo ha mantenido su dinamismo, con más de 57,1 millones de pernoctaciones hoteleras superando las cifras de 2024, sino que además ha generado un impacto económico acumulado estimado en torno a 30.000 millones de euros en ingresos y empleo a lo largo del año, una muestra clara de la relevancia del sector más allá de los picos estacionales. Este crecimiento refleja la fortaleza de la demanda, aunque con variaciones entre provincias. Málaga lidera, seguida por Cádiz, mientras que Sevilla y otras provincias registran dinámicas diversas, destacando entre ellas Huelva, que ha vivido un ejercicio muy positivo, consolidando su atractivo turístico y registrando resultados excepcionales. Esta fortaleza, que genera empleo, atrae inversión, dinamiza ciudades y pueblos y proyecta al mundo una identidad cultural profundamente reconocible, nos obliga a plantear una reflexión más profunda: cómo consolidar un modelo que siga creando oportunidades sin poner en riesgo aquello que hace de Andalucía un destino único y atractivo para viajeros de todo el mundo.

Andalucía no es un producto homogéneo ni intercambiable. Este es un territorio diverso, con una riqueza natural extraordinaria, un patrimonio histórico construido a lo largo de siglos y una cultura viva que se expresa en su celebrada gastronomía, en sus tradiciones y en la forma de relacionarse de sus gentes. Esta conjunción de valores define una identidad fuerte pero también vulnerable; un equilibrio que cuando se tensiona puede provocar una merma de la autenticidad y que el propio turismo acabe viéndose resentido.

En los últimos años han surgido señales de alerta en algunos núcleos turísticos. La presión sobre los centros urbanos, las dificultades de acceso a la vivienda y el crecimiento desordenado de los alquileres turísticos irregulares han abierto un debate legítimo y necesario en la sociedad andaluza, una realidad que no puede afrontarse con soluciones que, como recuerda el refranero español, solo dan pan para hoy y hambre para mañana. No se trata de cuestionar el turismo per se, sino de ordenar su desarrollo y asumir que el verdadero éxito no se mide únicamente en volumen de visitantes o en cifras de ocupación.

Cada vez existe mayor consenso en que un

destino solo es sostenible cuando mejora la vida de quienes lo habitan. Estudios recientes en el ámbito del turismo y la hospitalidad han subrayado en numerosas ocasiones que el impacto del sector debe también ser evaluado desde una perspectiva social, cultural y ambiental, tomando como referencia indicativos como la calidad del empleo, la colaboración con proveedores locales, la conservación del patrimonio, la vitalidad de los barrios o la protección de los espacios naturales.

En este escenario, los hoteles tenemos una responsabilidad clara. Frente a modelos deslocalizados y poco integrados, el hotel es una infraestructura ordenadora del destino. Genera empleo estable, profesionaliza la actividad turística y permite una relación directa y transparente con el entorno. Un hotel bien gestionado no sustituye a la ciudad, sino todo lo contrario: debe ser entendido como parte de ella, como una suerte de institución para su promoción que contribuye a su desarrollo económico y al bienestar de sus habitantes.

Desde Barceló Hotel Group llevamos años

real, sino a una visión de largo plazo.

Esa visión se refleja también en nuestro plan de expansión. En estos momentos tenemos varios proyectos en estudio en la provincia de Cádiz, seguimos en búsqueda activa de posibles activos en Córdoba capital y en la ciudad autónoma de Ceuta, y mantenemos como prioridad aumentar nuestra presencia tanto en Málaga capital como en la Costa del Sol. Crecer, en nuestro caso, significa hacerlo con sentido, integrándonos en cada destino y respetando su identidad.

En Barceló Hotel Group creemos firmemente en la necesidad de avanzar hacia un turismo responsable y regenerativo. A través de nuestra estrategia de sostenibilidad Barceló ReGen trabajamos para medir el impacto real de nuestra actividad y para asegurar que cada hotel contribuya positivamente al entorno en el que opera. Esto implica colaborar con proveedores locales, impulsar el producto de cercanía, integrar la cultura y el arte en la experiencia hotelera y diseñar propuestas que conecten al viajero con el destino más allá de lo evidente.

La desestacionalización sigue siendo uno de los grandes retos de Andalucía. Ciudades y destinos como Cádiz, Sevilla o Málaga no pueden depender únicamente de unos pocos meses de afluencia turística. Apostar por la innovación experiencial, el turismo cultural, de congresos, gastronómico o de naturaleza permite dis-



tribuir mejor los flujos, aliviar la presión en los períodos de mayor concentración y generar una actividad económica más equilibrada y sostenible a lo largo del año. De manera complementaria, no podemos olvidar la importancia de atraer y retener talento. Sin profesionales formados, motivados y con perspectivas de desarrollo, el turismo de calidad simplemente no es posible. Afrontar este desafío exige un compromiso real con la formación, la colaboración entre empresas y administraciones, y estrategias sólidas que fortalezcan el empleo en todos los destinos.

Estudios recientes han subrayado que el impacto del sector debe también ser evaluado desde una perspectiva social, cultural y ambiental

Andalucía tiene todo para liderar una nueva forma de entender el turismo. Un modelo más equilibrado, menos concentrado, más conectado con su territorio y sus comunidades. Un turismo que explore nuevos rincones, que valore el interior y que respete los ritmos locales, con un crecimiento acompañado de cuidado, planificación y visión de futuro.

Papel de la inteligencia artificial en el desarrollo del modelo turístico andaluz



**Sebastián Molinillo y
Fco. Rejón-Guardia**

Instituto Andaluz de
Investigación e
Innovación en Turismo

ANDALUCÍA cierra 2025 con los mejores resultados turísticos de su historia. El crecimiento en visitantes e ingresos, junto con una reducción progresiva de la estacionalidad, confirman que el sector no solo ha recuperado los niveles previos a la pandemia, sino que ha entrado en una fase de mayor estabilidad y valor añadido. Estos resultados avalan la fortaleza del destino y la eficacia de las políticas públicas y privadas desarrolladas en los últimos años.

Este contexto positivo no elimina, sin embargo, los desafíos estructurales que siguen marcando la agenda turística en la región. La gestión de la demanda, la presión sobre determinados destinos y la necesidad de avanzar hacia un modelo más sostenible, competitivo y socialmente equilibrado obligan a incorporar nuevas herramientas de análisis y planificación. En este escenario, la inteligencia artificial comienza a consolidarse como un apoyo estratégico para la toma de decisiones.

El sector se apoya mayoritariamente en pequeñas y medianas empresas (pymes), muchas de ellas de carácter familiar, que aportan cercanía, identidad y arraigo territorial. Esta estructura empresarial explica parte de la brecha tecnológica existente en el sector. Mientras las grandes cadenas hoteleras llevan años utilizando sistemas avanzados de análisis de datos para anticipar la demanda, optimizar precios o personalizar la relación con el cliente, una parte significativa del tejido empresarial aún se encuentra en fases iniciales de digitalización. La incorporación de la inteligencia ar-

tificial al ecosistema turístico supone una oportunidad para mejorar la eficiencia, optimizar recursos y adaptar la oferta a un visitante cada vez más informado y exigente, siempre que su implementación sea accesible, comprensible y orientada a la utilidad práctica.

En este sentido, la apuesta de la Junta de Andalucía por plataformas públicas de datos y la colaboración con grandes proveedores tecnológicos resulta clave. El objetivo es democratizar el acceso a la información y a las herramientas de análisis, de modo que también las pymes puedan beneficiarse de modelos predictivos y sistemas de apoyo a la toma de decisiones. Anticipar picos de demanda, ajustar recursos o diseñar productos adaptados a perfiles concretos de visitantes permite mejorar la rentabilidad sin renunciar a la singularidad de cada negocio.

■ **Anticipar picos de demanda, ajustar recursos o diseñar productos adaptados a perfiles de visitantes permite mejorar la rentabilidad**

En Andalucía, el uso de la inteligencia artificial no se limita a la gestión económica. En una comunidad especialmente sensible a la escasez de agua y a la conservación del patrimonio natural y cultural, la tecnología se aplica para optimizar los consumos, regular los flujos de visitantes y anticipar los impactos ambientales. Sensores, sistemas de monitorización y modelos pre-

dictivos facilitan una gestión más eficiente de los recursos y contribuyen a distribuir mejor la presión turística en el territorio.

Esta capacidad de anticipación resulta clave para mejorar la convivencia entre la actividad turística y la población residente. El análisis predictivo permite evitar situaciones de saturación, mientras que una mejor segmentación contribuye a que el impacto sea más compatible con la vida cotidiana de los destinos. Herramientas como la traducción automática y los asistentes digitales ayudan, además, a reducir摩擦es en la comunicación y a reforzar una percepción más positiva del turismo.

Al mismo tiempo, está cambiando la relación con el visitante. Hoy, el viajero que llega a Andalucía recurre a herramientas basadas en inteligencia artificial para planificar su viaje, comparar opciones y evitar espacios masificados. Una vez en el destino, no obstante, sigue valorando especialmente el contacto humano y la autenticidad. La tecnología aporta valor cuando elimina barreras y agiliza procesos, pero no cuando sustituye a la interacción personal en los momentos clave de la experiencia turística.

Este proceso exige una inversión sostenida en formación. Automatizar tareas repetitivas libera tiempo y recursos para aquello que realmente marca la diferencia: la atención personalizada, la creatividad y la calidad del servicio.

Con los resultados de 2025 como punto de partida, Andalucía afronta los próximos años desde una posición de fortaleza. La inteligencia artificial no es un fin en sí misma, sino una herramienta al servicio de un turismo de mayor valor, más sostenible, mejor integrado en el territorio y capaz de crecer de forma equilibrada, reforzando su competitividad sin perder identidad ni cohesión social.





Rafael
Calero

Director general de
Vincci Hoteles

ANDALUCÍA vive un momento decisivo en la evolución de su modelo turístico. En un contexto marcado por la necesidad de preservar el territorio, cuidar el patrimonio y responder a un viajero cada vez más informado y exigente, comienza a consolidarse una forma de viajar más atenta y respetuosa. Un turismo que no persigue acumular experiencias, sino vivirlas con sentido; que no mide el éxito en volumen, sino en calidad; y que entiende el destino como un espacio al que acercarse con tiempo, cuidado y atención.

Esta manera de entender el viaje no surge de forma aislada, sino como consecuencia natural de un cambio profundo en las expectativas del viajero. Supone desacelerar, viajar fuera de temporada, elegir destinos menos masificados en verano, adaptar los ritmos a las personas y no al revés, y poner en valor aquello que hace único a cada lugar. Andalucía, por su diversidad cultural, gastronómica y paisajística, reúne las condiciones idóneas para desarrollar este modelo, en el que la experiencia se construye desde la autenticidad.

En este nuevo escenario, el hotel deja de ser un mero alojamiento para convertirse en parte activa del viaje. Un espacio desde el que se interpreta el entorno y se facilita una conexión real con lo local. Vincci Hoteles representa con claridad esta forma de entender la hospitalidad: una propuesta que permite al viajero experimentar Andalucía desde dentro, a través de la arquitectura, la decoración, el ambiente, la gastronomía y las experiencias diseñadas en diálogo constante con el destino.

Este enfoque se refleja, por ejemplo, en la manera de habitar los destinos urbanos. Cuando se descubren desde un ritmo más pausado y fuera de los momentos de mayor afluencia, estas ciudades revelan una dimensión distinta, más cercana y vivencial. Hoteles como Vincci Selección Unuk 5* GL (Sevilla), que ha revalidado recientemente la Llave Michelin, la máxima distinción hotelera concedida por la Guía Michelin; Vincci La Rábida 4* (Sevilla), diseñado a partir de una casa-palacio del siglo XVIII; Vincci Selección Posada del Patio 5* (Málaga), que esconde en su interior el tramo más extenso y mejor conservado de la antigua muralla de Málaga; Vincci Larios Diez 4* (Málaga), situado en la misma calle Larios y con un rooftop con vistas magníficas a la catedral de la ciudad; o Vincci Albayzín 5* (Granada), un edificio de típica estructura andaluza tradicional en el que destaca



Turismo consciente, el nuevo paradigma andaluz

su impresionante patio interior que evoca los antiguos palacios árabes y cuenta con elementos típicos de la arquitectura granadina, inspirados en la famosa y admirada Alhambra. Todos ellos ejemplifican cómo la ubicación, el diseño y el ambiente pueden invitar a detenerse, a vivir la ciudad con más calma y a redescubrirla desde una mirada más reflexiva.

La gastronomía ocupa un lugar central en esta forma de viajar. Apostar por el producto de proximidad, la cocina de temporada y la reinterpretación respetuosa de la tradición no solo enriquece la experiencia del viajero, sino que refuerza el vínculo con el territorio. Propuestas gastronómicas que dialogan con la identidad local y acciones como Sabores de la Memoria, celebrada en Vincci Selección Posada del Patio 5*, ponen el acento en la preservación del legado culinario a través de quienes lo han vivido y transmitido durante décadas, convirtiendo la cocina en un ejercicio de memoria colectiva y cultura compartida.

Esta filosofía se extiende también a nue-

Un turismo que no mide el éxito en volumen, sino en calidad; que entiende el destino como un espacio al que acercarse con tiempo, cuidado y atención

vas formas de disfrutar del ocio y del descanso. Conceptos como el Slow Ski, desarrollado en Vincci Selección Rumaykiyya 5*, plantean una manera diferente de vivir la montaña, donde el equilibrio entre actividad, descanso, gastronomía local y disfrute del entorno prima sobre la intensidad. Talleres de cocina regional, desayunos tardíos y una relación más pausada con el paisaje amplían la experiencia más allá del esquí, haciéndola accesible y significativa para todo tipo de viajeros.

En la costa, esta misma mirada se traduce en disfrutar del mar fuera de temporada, en valorar la calma y en apostar por experiencias locales que conectan al viajero con el territorio, como el enoturismo o una gastronomía basada en producto fresco y de proximidad. Hoteles como Vincci Costa Golf 4*, en Cádiz, o Vincci Selección Aleysa 5*, en la Costa del Sol, reflejan esta manera de entender el disfrute desde la sencillez, el respeto al entorno y una relación más consciente con el tiempo y el lugar.

El turismo consciente no renuncia al disfrute; lo redefine. Propone viajar mejor, con más atención y con mayor respeto. Andalucía tiene hoy la oportunidad de liderar este modelo, capaz de generar valor a largo plazo sin perder su identidad. Apostar por este camino es apostar por una forma de viajar que deja huella en quien la vive, sin dejar impacto en el territorio que la aco-



La Costa

El wingfoil conquista Tarifa



Carmen Meléndez

GRACIAS a sus vientos constantes (principalmente el levante, pero también el poniente) y su entorno natural privilegiado, con kilómetros de playas de arena dorada, Tarifa atrae a deportistas de todo el mundo durante prácticamente los 365 días del año, dispuestos a llenar de cometas de colores y velas el cielo de este municipio gaditano, dando forma a un espectáculo único, que lo ha convertido en justo merecedor del título de la capital europea del kitesurf y windsurf.

Sin embargo, aún hay más. A la práctica de estas dos disciplinas, que aúnan a partes iguales adrenalina, habilidad técnica y conexión con la naturaleza, en los últimos tiempos, se ha sumado otra con la que comparten protagonismo: el wingfoil. Y no es para menos. El panorama para quien lo observa es fascinante: el litoral tarifeño repleto de tablas con deportistas que parecen elevarse sobre el mar, avanzando a centímetros de la superficie, y algunos de ellos realizando asombrosas piruetas.

Se trata de un deporte relativamente reciente, que combina elementos del windsurf, kitesurf y foiling. De tal manera que se utiliza una tabla de surf o un foilboard, pero en lugar de una vela o una cometa, lleva un ala (wing) inflable que se sostiene con las manos. El secreto de su elevación está en un ala hidrodinámica (foil), que se encuentra debajo de la tabla.

De origen hawaiano, las raíces del wingfoil

se remontan a los primeros días del windsurf y el kitesurf, cuando entusiastas del agua investigaban sobre formas diferentes de aprovechar la fuerza del viento. Diversos expertos señalan que las primeras fotografías de alguien practicándolo datan de 2019, donde Robby Naish aparecía subido a una tabla con un foil y navegaba manteniendo un ala con las manos. Al expandirse rápidamente por todo el mundo y las redes sociales mostrar imágenes de su práctica, las grandes marcas del sector empiezan a apostar por este deporte y a fabricar diferentes modelos, cada vez más innovadores.

Hoy, la popularidad de esta actividad, desbordada de emociones y perspectivas ilimitadas, es indudable, experimentando un crecimiento notable entre los aficionados a los deportes acuáticos, al proporcionar la oportunidad de jugar con factores clave como el viento y las olas. Su expansión en tan poco espacio de tiempo ha sido tal que ya existen tres tipos de modalidades: el wave wingfanning, cuyo principal objetivo es surfear olas; el race wingfoiling, donde la meta es conseguir ser el más rápido y ganar las mangas, y el freestyle wingfoil, una evolución del estilo libre de windsurf, del que se diferencia en que se necesita mucho menos viento.

De todo ello saben bien las playas de Tarifa. Playa Chica, Tarifa Pueblo, Balneario y Campo de Fútbol, Lances Norte, Bolonia y Valde-

vaqueros son escenarios perfectos para su práctica.

Precisamente, esta última, un extenso arenal, rodeado de dunas salvajes, aguas turquesas y la silueta majestuosa del continente africano en el horizonte, fue sede este junio pasado del campeonato mundial de wingfoil, en la especialidad de freestyle, organizado por la Global Wingsports Association, en el que participaron los mejores riders internacionales, que con sus maniobras imposibles dejaron boquiabiertos al numeroso público que se dio cita en esta prueba.

En concreto, del 24 al 27 de junio, medio centenar de deportistas, dispuestos a desafiar el viento, tomaron parte en este campeonato, entre los que se encontraban primeras figuras internacionales, como el estadounidense Chris MacDonald, actual campeón del mundo, y la local Nia Suardiaz, joven promesa tarifeña que ya es todo un referente y que subió al pódium como tercera clasificada.

Con tan solo 14 años y una exhibición impresionante, el joven danés Benjamin Castenskiold se llevó el título de la sexta edición de este evento, parada obligada del circuito internacional de esta disciplina, pero sobre todo una muestra clara de que la ciudad de Tarifa posee méritos sobrados para proclamarse también capital europea del wingfoil.



Playas de Huelva: arena, historia y naturaleza en estado puro

Pilar Pereira

La costa de Huelva, bañada por el océano Atlántico, ofrece un litoral singular que combina playas de arena fina, espacios naturales protegidos y un patrimonio histórico de gran valor. A lo largo de sus kilómetros de costa se extienden arenales que forman parte del Parque Natural y Nacional de Doñana, uno de los mayores espacios protegidos de Europa. Estas playas, que discurren sin apenas interrupciones desde Matalascañas hasta los límites con la provincia de Cádiz, destacan por su belleza serena, la presencia de dunas móviles, pinares y marismas, y por su carácter casi virgen en muchos tramos.

En verano, aunque algunas zonas reciben numerosos visitantes, aún es posible encontrar rincones apartados donde sentir la naturaleza en estado puro. Entre estas joyas costeras se encuentra una de las más apreciadas por residentes y turistas: la Playa Torre del Loro, también conocida por su denominación original como Playa Torre del Río del Oro.

UN ARENAL COMPARTIDO Y SINGULAR

La Playa Torre del Loro se ubica en la costa oriental de la provincia de Huelva, dentro del espacio del Parque Natural de Doñana. Su singularidad radica, además de en su belleza, en que su acceso y extensión confluyen en los límites de cuatro municipios onubenses: Almonte, Lucena del Puerto, Moguer y Palos de la Frontera. Esta característica la convierte en un punto de unión geográfica y administrativa poco común en el litoral español. El nombre popular "Torre del Loro" procede de una deformación coloquial de "Torre del Río de Oro", que hace referencia al arroyo que desemboca en ese punto del litoral.

El elemento más emblemático de esta playa es la Torre del Río de Oro, conocida popularmente como Torre del Loro. Se trata de una torre almenara construida en el siglo XVI como parte de un sistema defensivo costero impulsado por el rey Felipe II para vigilar y proteger estas costas de incursiones de piratas berberiscos y corsarios. Esta red de torres se extendía desde el Algarve portugués hasta Cádiz y tenía como finalidad alertar de posibles ataques mediante señales visuales entre atalayas. Aunque hoy solo se conservan restos en ruinas de esta torre, su presencia en la



Las playas de Huelva destacan por sus maravillosos rincones



arena es un vestigio histórico que hace de esta playa un lugar único en la costa onubense. La torre ha sido declarada Bien de Interés Cultural, lo que reconoce su importancia histórica y patrimonial.

UN PARAJE NATURAL DE GRAN VALOR

La playa presenta una extensión de arena fina y dorada que se integra de forma armónica con el paisaje del Parque Natural de Doñana. La ausencia de grandes infraestructuras convierte a este tramo en un lugar ideal para quienes buscan tranquilidad, contacto directo con la naturale-

za y silencios que solo el mar sabe ofrecer. Aunque en los meses centrales del verano recibe visitantes, su longitud y amplitud permiten que pueda disfrutarse con sensación de espacio y sosiego incluso en agosto y septiembre. La propia dinámica de las mareas y la influencia del río que desemboca junto a la torre contribuyen a un ecosistema cambiante, con zonas de dunas, escasas edificaciones y una fauna asociada a los espacios protegidos de Doñana.

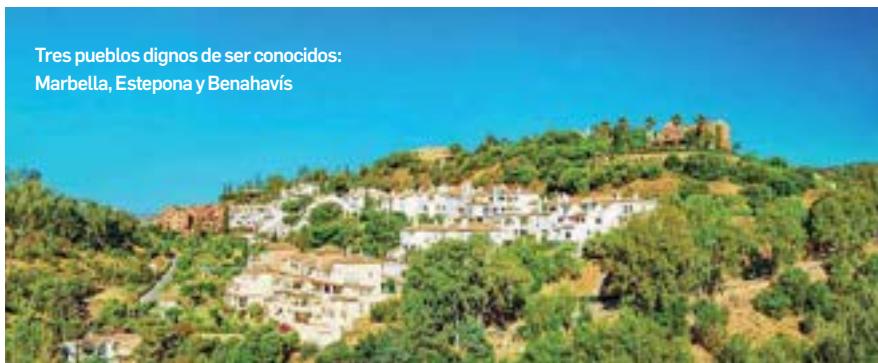
Llegar a la Playa Torre del Loro forma parte de la experiencia para muchos visitantes. El acceso tradicional se realiza a pie a través de caminos naturales que se internan entre

pinos y vegetación dunar, ofreciendo un anticipo del paraje que aguarda al llegar al arenal. En verano, algunas zonas cuentan con aparcamiento regulado y puntos de información que facilitan la estancia, aunque la ausencia de grandes servicios refuerza su carácter virgen.

UN DESTINO IMPRESCINDIBLE EN LA COSTA ONUBENSE

Considerada por muchos como una de las playas más bonitas del sur de Europa, la Playa Torre del Loro representa una síntesis perfecta de naturaleza, historia y espacio abierto. Su torre, sus arenas doradas y la confluencia de municipios que la abrazan la convierten en un lugar emblemático tanto para los onubenses como para quienes visitan la provincia en busca de paisajes memorables. En un litoral repleto de opciones, esta playa destaca por su autenticidad, siendo una invitación a conectar con la memoria histórica y la grandeza natural de la Costa de la Luz.

El 'Triángulo de Oro', lujo en la Costa del Sol



Pilar Pereira

SEGÚN el 'Atlas de distribución de renta de los hogares' que elabora el INE, Marbella lidera el ranking de la renta neta media por persona en la provincia de Málaga, con 13.384 euros, mientras que Benahavís es el primer municipio según la renta neta por unidad de consumo, con una renta media de 14.248 euros. Es por ello que Marbella, Estepona y Benahavís conforman desde hace años el conocido como 'Triángulo de Oro' de la Costa del Sol, un enclave de sol y playa que se ha consolidado como uno de los principales polos de atracción del turismo residencial y vacacional de alto standing en el sur de Europa. Un modelo basado en la exclusividad, la calidad de los servicios y una oferta diversificada que permite mantener la actividad turística durante todo el año.

"La razón de que sea mos el Triángulo de Oro es que concentramos un turismo residencial de nivel medio alto y muy alto", expli ca Esperanza González, diputada delegada de Desarrollo Económico Sostenible, Empleo y Formación de la Diputación de Málaga y consejera delegada de Turismo Costa del Sol. Un ejemplo claro es Benahavís, donde se ubica La Zagaleta, considerada una de las urbanizaciones más lujosas de Europa.

La apuesta institucional pasa por reforzar este liderazgo mediante mejoras urbanas y sostenibles, así como por una oferta de ocio, cultura y entretenimiento adaptada a un visitante exigente. Even-



tos como el festival de música 'Starlite' (que reúne cada verano a artistas de proyección internacional), se han convertido en un potente reclamo para un turismo de alto poder adquisitivo que busca experiencias exclusivas más allá del sol y la playa o la gastronomía del lugar.

A ello se suma el impulso de infraestructuras clave para el territorio. Desde la Diputación se ha promovido por ejemplo la senda litoral, un proyecto estratégico para vertebrar el litoral malagueño, apoyado por 14 municipios, con el objeti-

vo de crear un recorrido continuo de 180 kilómetros desde Manilva hasta Nerja, mejorando la conectividad entre estas ciudades. Este proyecto permite a los visitantes explorar la belleza natural y cultural de la costa malagueña.

El turismo deportivo, y especialmente el golf, es otro de los pilares que sustentan el éxito del Triángulo de Oro. Solo Benahavís cuenta con más de una docena de campos para practicar este deporte, y junto a Marbella y Estepona, concentra cerca de la mitad de los existentes en la provincia de Málaga. Esta oferta permite atraer visitantes durante todo el año y combatir así la estacionalidad turística.

"La combinación de sol y playa, cultura y deporte hace que este destino esté abierto los 365 días del año", señala González. Un factor clave en una provincia con más de 300 días de sol anuales, que facilita la llegada de un turismo de calidad incluso en los meses tradicionalmente considerados de temporada baja. Con estas fortalezas, el Triángulo de Oro continúa afianzándose como referente nacional e internacional del turismo de lujo, un modelo que apuesta por la sostenibilidad, la excelencia y la diversificación para seguir liderando el futuro turístico de la Costa del Sol.

No obstante, no hay que olvidar que uno de los grandes retos pendientes de esta zona de la Costa del Sol sigue siendo la movilidad y la mejora de las comunicaciones, como serían la extensión del tren

litoral, más allá de Fuengirola hasta Algeciras, así como la revisión de los peajes de la autopista, considerados entre los más caros de Europa.

ESTEPONA CREA UNA APP CON 9 RUTAS TURÍSTICAS TEMÁTICAS

El Ayuntamiento de Estepona ha puesto en marcha hace poco una innovadora aplicación móvil que permite a ciuda-

danos y visitantes conocer la riqueza cultural, histórica y natural del municipio de una forma sostenible y accesible. A través de la app gratuita 'Aumentur', los usuarios pueden acceder a nueve rutas temáticas digitales con información detallada de los principales puntos de interés de la localidad, invitando a recorrer la ciudad de forma práctica, sostenible y personalizada. La plataforma ofrece contenidos en cuatro idiomas, incluyendo textos, audios, imágenes, vídeos y modelos 3D.



Campo de Gibraltar: inspiración en cada rincón, belleza infinita.



MANCOMUNIDAD
DE MUNICIPIOS DEL
CAMPO DE GIBRALTAR



Playas vírgenes ideales para extender la toalla



Playa de Mónsul con su característica duna fósil y en la que se puede disfrutar del paisaje y sus aguas cristalinas

Macarena González

LAS playas vírgenes de aguas cristalinas entre paisajes desérticos y volcánicos son uno de los grandes atractivos de la provincia de Almería, que ha sabido conservar como ningún otro rincón del sur de España la belleza de su naturaleza. Con más de 100 kilómetro de costa, alberga lugares únicos como el Parque Natural de Cabo de Gata en el que se encuentran algunos de los escenarios naturales más demandados por quienes buscan conocer a fondo esta esquina tan maravillosa del país.

La Playa de Mónsul, junto con la Playa de los Genoveses, son las que cada año reciben mayor número de turistas dentro del

entorno de Cabo de Gata. Es una de las más conocidas y apreciadas de la costa de Almería. Es característica por su Peineta (acantilado rocoso en forma de cresta de ola) de origen volcánico creada hace millones de años y su duna. Esta

playa ha sido escenario de numerosas películas como Indiana Jones o La Historia Interminable, así como de numerosos videoclips como el conocido 'Ave María' de David Bisbal.

Otra de las más demandadas es la Playa de Los Muertos, en Carboneras, considerada una de las mejores playas de España por numerosos listados. Cuenta con más

de un kilómetro de longitud y cuenta con el agua más cristalina y azulada de toda la zona. Es un lugar de difícil acceso, lo que la hace más especial por su aislamiento que la convierte en un enclave único en el que disfrutar de actividades como el snorkel para conocer el maravilloso entorno marino que la rodea.

La Playa de los Escullos es otra de las más reconocidas de la provincia por su duna fósil, que forma una de las estampas más características



de la costa almeriense. Esta playa, conocida como 'playa del arco' es bastante grande, 350 metros de longitud por 40 de anchura, de arena fina y dorada. Pasada la zona de la duna pétrea hay varias calas distribuidas alrededor de la Punta del Esparto conocidas como Calas del Embarcadero, por tratarse de una buena zona para fondear se realizaban aquí

embarques de esparto y otros materiales, actualmente estas calas están siendo muy visitadas por los buceadores, puesto que los fondos se combinan entre rocosos y con

praderas de Posidonia, con gran cantidad de peces.

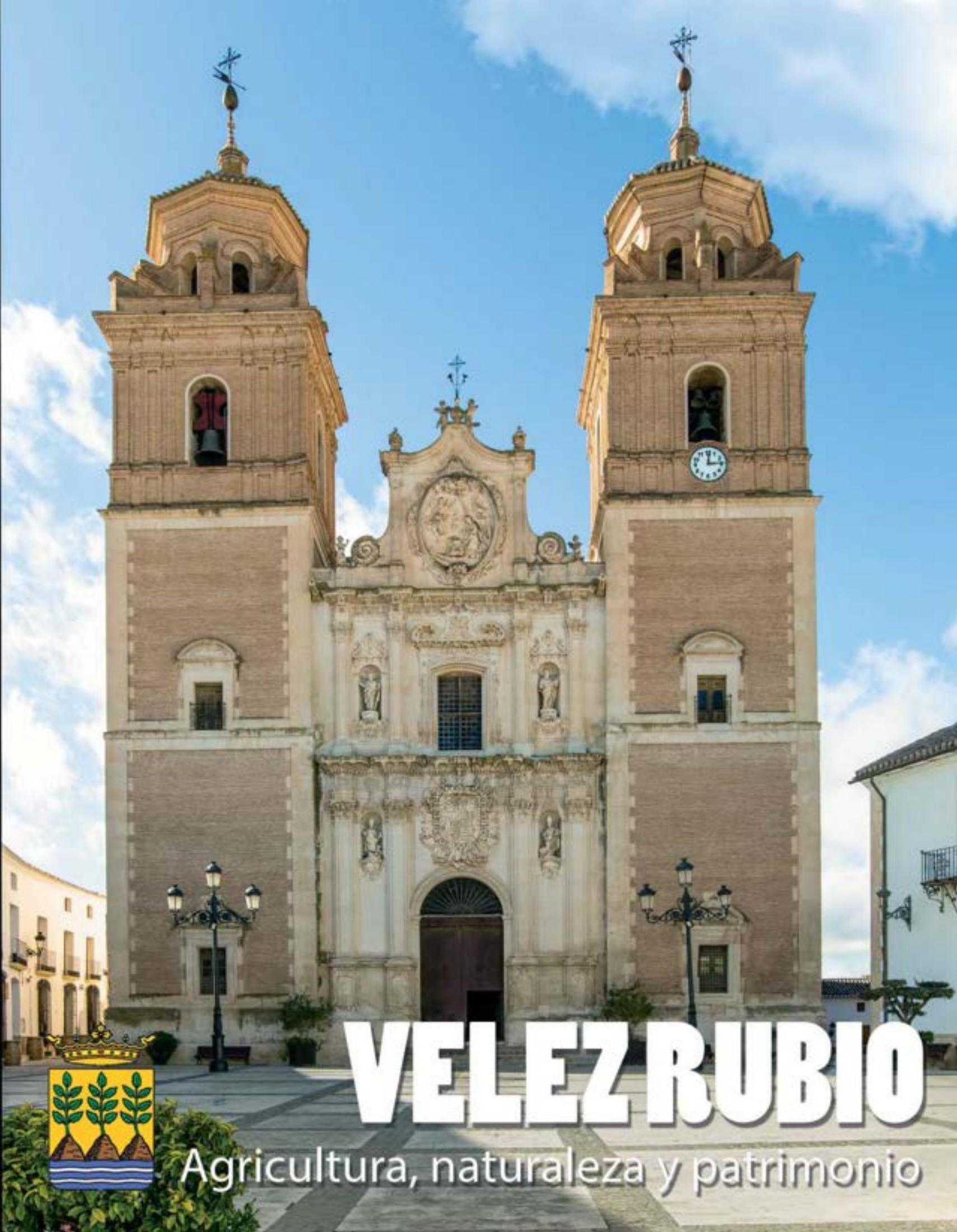
La cala de Enmedio, a la que solo se puede llegar tras media hora a pie desde Aguamarga o iniciando el camino en la Cala del Plomo, es otra de las joyas escondidas del litoral almeriense. Algunas de sus rocas son en realidad dunas fosilizadas y hay arenas con destellos metálicos que la hacen

un lugar inigualable. Es ideal para poner fin a los senderos que llevan hasta ella, donde relajarse disfrutando de esta playa es el colofón a una jornada de deporte al aire libre.

Una de las playas más bellas del parque es el Playazo de Rodalquilar, situada a unos 3 km del pueblo. Con 400 metros de longitud y 30 de anchura es difícil no encontrar en este lugar el sitio ideal donde tender la toalla. La arena es fina y dorada, el agua es tranquila y la pendiente

para sumergirse es progresiva, por lo que tiene unas condiciones para el baño excelentes para toda la familia. La playa por un lado está rodeada por montañas y por el otro está flanqueada por el Castillo de San Ramón, un antiguo bastión defensivo construido en el siglo XVIII, que forma parte de una batería de 4 cañones que defendían el litoral hasta la Cala de San Pedro.

En el Parque Natural de Cabo de Gata están algunas de las playas más visitadas de todo el país



VELEZ RUBIO

Agricultura, naturaleza y patrimonio

Carmen Meléndez

A estas alturas, nadie duda del gran potencial turístico que posee la provincia de Cádiz, un destino reconocido a nivel internacional, con playas de referencia, increíbles paisajes, una gastronomía inigualable y una extraordinaria riqueza histórica, artística y patrimonial, que en los últimos tiempos la ha convertido en uno de los grandes focos del turismo cultural en Andalucía.

Yacimientos arqueológicos, monumentos, museos y actividades de lo más variadas conforman una pequeña muestra de esta oferta y en la que también se incluye un importante conjunto defensivo propio y singular de la provincia: los búnkeres. Desperdigados por toda la costa, desde la desembocadura del río Guadalquivir hasta el Campo de Gibraltar, seguro que harán las delicias de

esos viajeros que disfrutan paseando por Waterloo o el Marne o recorriendo las playas de Normandía. No en vano, es el lugar de la península ibérica que dispone de la mayor concentración de estas edificaciones de la Segunda Guerra Mundial.

Los expertos fechan su origen en el 16 de marzo de 1939, quince días antes de inicio de la II Guerra Mundial, cuando Franco da la orden de construir en La Línea una serie de búnkeres, fortines y fosas frente a Gibraltar, un proyecto que se ampliaría más adelante. El objetivo era facilitar la entrada de España en la Segunda Guerra Mundial del lado alemán, conquistar Gibraltar y apoderarse del Marruecos francés. Como en 1943, cuando se están finalizando las obras, Alemania no va a ganar la contienda, el gobierno franquista da un giro a su política, afirmando que estas tenían como finalidad la defensa frente a una posible invasión de las tropas aliadas.

Los historiadores señalan que fueron levantadas con mano de obra de los llamados Bataillones Disciplinarios de Trabajadores, constituidos por miles de presos provenientes del

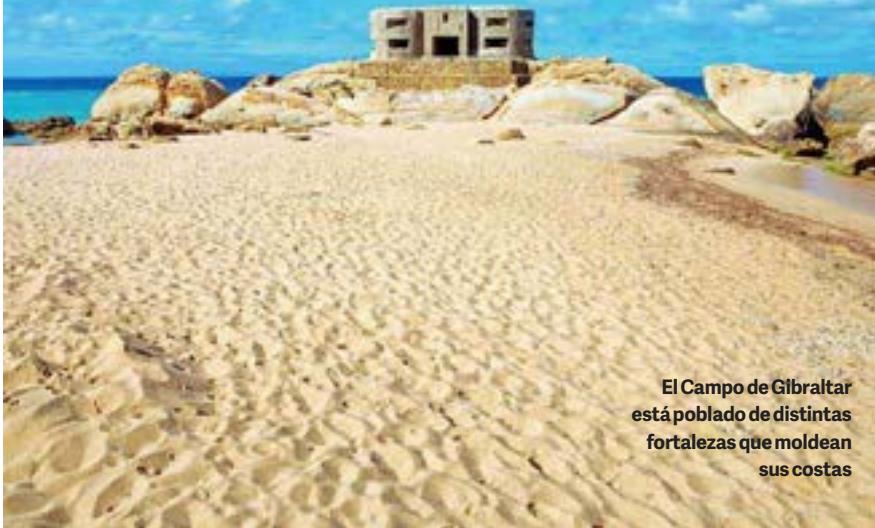
Hoy, más de ochenta años después, unas 700 de estas construcciones, que estuvieron muy poco tiempo en servicio, aportan al paisaje del litoral unas singulares vistas.

En una sucinta ruta por estos espacios, cabe iniciar el recorrido por el único fortín que se encuentra en la capital de la provincia, ubicado en la carretera de San Fernando, mientras que en la playa de Camposoto, hay dos de singular belleza, que el mar ha ido esculpiendo con el paso del tiempo. Muy cerca, en la inmensa playa de La Barrosa, entre dunas, se pueden vislumbrar varias de estas fortificaciones.

Y en las Calas de Roche, pasada la famosa Cala del Aceite, una estructura, que nada tiene que ver con el bello entorno natural, sobre-

El Campo de Gibraltar es la comarca que tiene más construcciones defensivas, unos 700 búnkeres

Fortines frente al mar



El Campo de Gibraltar está poblado de distintas fortalezas que moldean sus costas



sale del acantilado: es otro fortín.

Siguiendo por la costa, desde Conil hasta Tarifa, todo el paisaje aparece salpicado por ellos. Una parada obligada es el búnker de Cabo de Plata, en Zahara de los Atunes, en las estribaciones de la playa de Atlanterra y la de los Alemanes, que dibuja una bella estampa con el mar de fondo.

Con más de quinientas, el Campo de Gibraltar es la comarca de la provincia de Cádiz que tiene más construcciones defensivas de estas características. En Castellar hay tan solo una, ninguna en Jimena, debido a su lejanía del mar, mientras que San Roque es el municipio con más concentración -con cerca de un centenar de búnkeres-. Con tal abundancia, no debe extrañar que su ayuntamiento haya sido uno de los más activos a la hora de divulgar la llamada 'Muralla del Estrecho' y haya puesto en marcha una ruta especializada que recorre los situados en las cercanías de Carteia, los



ubicados en Sierra del Arca, los que llenan la Sierra Carbonera o los que se encuentran en el Valle del Guadiaro, ofreciendo una experiencia única, donde se combina el disfrute de la naturaleza con el descubrimiento del patrimonio histórico de la localidad. Es tal el interés de San Roque por poner en valor estos emplazamientos que en 2013 abrió el único bunker musealizado de toda Andalucía en el Enclave Arqueológico de Carteia, uno de los yacimientos más importantes de la Península Ibérica.

Castellar de la Frontera

FITUR | **UNO DE LOS PUEBLOS
MÁS BONITOS DE ESPAÑA**
2026



Arte y Cultura, siempre



**Castellar
de la Frontera**
Patrimonio y Naturaleza



Excmo. Ayuntamiento de
**Castellar
de la Frontera**



Ruta a la luz de los faros gaditanos

Carmen Meléndez

DESDE el amanecer hasta el final del día, los 140 kilómetros de playas de la provincia de Cádiz son una sucesión de sorpresas. Sus blancos e infinitos arenales, sus escarpados paisajes, sus monumentos naturales o su rica historia proporcionan un panorama que a nadie deja indiferente, una visión que a veces se corona por uno de los afamados faros que se esparcen por toda su geografía.

Y es que el litoral gaditano atesora un buen ramillete de estas enigmáticas construcciones, cuyos orígenes se remontan a los griegos y romanos, que se encargaron de extender este sistema de señalizaciones por todo el Mediterráneo para facilitar la navegación de los barcos en la proximidad de la costa, evitar los peligros en las zonas de arrecifes y proporcionar información sobre la situación en la que se encontraban los navegantes.

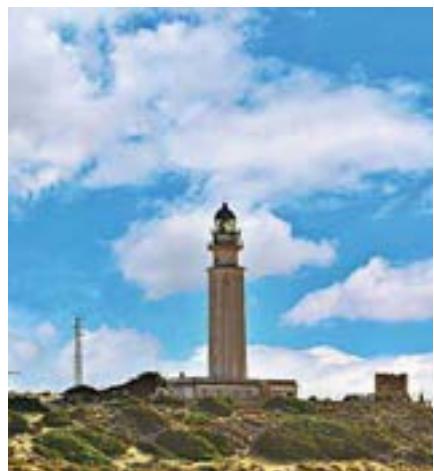
Ya sea por su diseño, por su envergadura, por su historia o por el entorno que los rodea, lo cierto es que estos centinelas incansables del mar han atraído y atraen a todo tipo de turistas, pero también a apasionados de la arquitectura, a escritores y a cineastas. Desde las alturas en Chipiona, hasta los acantilados escarpados de Roche o la serenidad que proporciona el de la Isla de Sancti Petri, esta es una ruta por doce faros emblemáticos, llenos de personalidad, belleza y encanto de la provincia de Cádiz.

FAROS DE BONANZA Y SAN JERÓNIMO

En Sanlúcar de Barrameda, a orillas de la desembocadura del río Guadalquivir, se sitúan estos dos faros. En las inmediaciones del puerto se ubica el de Bonanza, construido en 1870 por Jaime Font, su tarea era facilitar el acceso a las embarcaciones que tenían como destino el puerto de Sevilla. Este se completó más tarde con el faro de San Jerónimo, situado más arriba del cauce del río y trasladado luego al pinar de La Algaida.

FARO DE CHIPIONA

Es el más alto de España, el tercero de Europa y el quinto del mundo. Y, por supuesto, desde él se puede disfrutar de unas magníficas vistas. Se terminó en 1867 y desde 1956 es uno de los veinte faros aeromarítimos de España.



FAROS DE ROTA

Entre las playas de La Costilla y El Rompido, frente al puerto, se alza un faro de finales del siglo XX, cuya luz alcanza más de una decena de millas náuticas. Muy cerca, se encuentra otra edificación de la misma época.

FARO DE SAN SEBASTIÁN

En el interior del Castillo de San Sebastián, flanqueando la popular playa de La Caleta y situado en un islote, se halla el faro del mismo nombre, al que se llega desde un paseo artificial sobre las rocas, que

une la isla con el resto de la ciudad.

FARO DE SANCTI PETRI

Cádiz cuenta con un faro al que solo se puede acceder a través del mar y ese es el Faro de Sancti Petri, situado en la isla del mismo nombre, un lugar muy importante para las culturas fenicia y romana.

FARO DE TRAFALGAR

El Faro de Trafalgar se encuentra en el Parque Natural de La Breña y Marismas del Barbate y a él se puede llegar desde la conocida playa de los Caños de Meca. Muy cerca, se pueden apreciar restos arqueológicos y otros de una torre vigía del siglo IX.

FAROS DE PUNTA CARNERO E ISLA VERDE

Ubicado en un cabo del mismo nombre, este faro fue inaugurado en 1874. En sus alrededores se pueden apreciar los flysh de Algeciras, resultado de millones de años de procesos geológicos y que otorgan a esta costa uno de los paisajes más hermosos del litoral gaditano.

En el interior del recinto portuario Bahía de Algeciras se encuentra el Faro de Isla Verde

FARO DE TARIFA

En la isla de Las Palomas, en Tarifa, se sitúa este faro, al que se accede a través de un espejón que marca el límite entre el Atlántico y el Mediterráneo.

FARO PUNTA CARBONERA

Construido a finales del siglo pasado sobre una torre del siglo XVIII, para conocerlo no hay nada mejor que ir a La Alcaidesa y bajar hasta la playa.

SAN ROQUE

donde lo tienes todo



Roquetas de Mar, de luz y vida



Paseo por uno de los enclaves del municipio al atardecer.

HAY lugares que no se explican, se sienten. Roquetas de Mar es uno de ellos. Un destino donde la luz marca el ritmo de los días y la vida se disfruta sin prisa, entre el mar, los paseos compartidos y una forma de estar que se contagia. Esa es la esencia de “Roquetas de Mar, de luz y de vida”, la campaña con la que el municipio se presenta en FITUR 2026 y que invita al turista y al visitante a descubrir un destino donde se respira Mediterráneo

Roquetas de Mar se presenta ante el viajero como algo más que un destino vacacional. La nueva propuesta promocional impulsada por el Ayuntamiento pone el acento en la identidad del municipio y en su forma

de entender la vida junto al mar, combinando paisaje, cultura, bienestar y tradición. Lejos de los mensajes apresurados, esta campaña invita a descubrir un lugar donde el tiempo se disfruta con calma. Un destino donde la luz no solo ilumina el paisaje, sino también una manera de estar, de compartir y de vivir el día a día.

Un destino turístico que se disfruta con calma junto al mar y combina paisaje, cultura, bienestar y tradición

ROQUETAS DE ATARDECERES
Hablar de Roquetas de Mar es hablar de luz. De amaneceres tranquilos y de atardeceres que transforman el horizonte en un espectáculo cotidiano. El sol se convierte aquí en un símbolo de bienestar y equilibrio, acompañando cada momento y marcando el ritmo natural de los días.



Desde el Paseo marítimo de Aguadulce hasta el entorno del Castillo de Santa Ana, pasando por la urbanización y Playa Serena la luz envuelve cada rincón y convierte lo cotidiano en una experiencia memorable y sensorial. Los atardeceres frente al mar invitan a detenerse, a observar y a reconectar con un ritmo más sereno. Esa luz mediterránea, presente durante todo el año, es una de las razones por las que quien visita Roquetas de Mar siempre encuentra un motivo para volver.

ROQUETAS DE ENCUENTRO

Roquetas de Mar es también un lugar de encuentros. De conversaciones al caer la tarde, de paseos compartidos y de plazas que se llenan de vida. La actividad cultural y social del municipio se ha convertido en uno de los grandes atractivos del destino.

La programación cultural, con música y grandes conciertos, teatro, fiestas tradicionales y actividades al aire libre ofrecen propuestas pensadas para todos los públicos como por ejemplo el programa estrella “A pie

de Calle” con un centenar de actividades gratuitas que incluyen teatro, cine o proyecciones de películas en distintos enclaves de la ciudad desde Aguadulce hasta la Urbanización. Espacios como el Teatro Auditorio o el propio paseo marítimo se transforman en puntos de reunión donde la cultura se vive de forma cercana y participativa.

En Roquetas de Mar, el ocio no se consume: se comparte. De cara a los próximos meses artistas como Pablo López, Aitana El último de la Fila actuarán en la ciudad haciendo que la cultura sea un atractivo turístico más de la ciudad.

ROQUETAS DE NATURALEZA

La naturaleza forma parte esencial del carácter de Roquetas de Mar. La Reserva Natural de Punta Entinas-Sabinar se presenta como uno de los grandes tesoros del municipio: dunas, lagunas, aves migratorias y playas vírgenes que muestran el lado más puro del litoral.

Caminar por sus senderos, observar aves o descubrir playas tranquilas es una invita-



Actividad pesquera, una de las tradiciones más arraigadas..

ción a disfrutar del entorno con respeto. A ello se suman los fondos marinos y los campos de posidonia, auténticos jardines submarinos que refuerzan el compromiso del municipio con un turismo sostenible y consciente.

ROQUETAS DE RITMO Y VIDA

Roquetas de Mar propone un equilibrio natural entre actividad y descanso. El golf junto al mar, las rutas ciclistas, los senderos costeros y los deportes náuticos convierten al municipio en un destino ideal para quienes entienden el bienestar como una forma de vida activa.

La amplia red de instalaciones deportivas y los espacios naturales hacen posible mantenerse en movimiento sin renunciar a la calma. Un destino pensado tanto para escapadas como para estancias prolongadas, donde cada visitante puede encontrar su propio ritmo.

Un lugar que se vive más allá del verano y que ofrece experiencias auténticas durante los 365 días del año

ROQUETAS DE SABOR

La tradición marinera y los productos de la tierra son los ingredientes claves de su gastronomía; uno de los grandes reflejos de la identidad roquetea que ha marcado la historia, origen y desarrollo de la ciudad. En sus cocinas conviven el sabor del mar y la riqueza de la tierra, con productos que llegan cada día desde la lonja y desde la huerta cercana.

Pescados y mariscos frescos, junto a frutas y hortalizas cultivadas bajo el sol del Poniente almeriense, dan forma a una cocina honesta y reconocible, profundamente mediterránea. Chiringuitos a pie de playa, restaurantes familiares y propuestas gastronómicas de mayor elaboración

vieren la mesa en una experiencia que habla de tradición, producto y saber hacer y que durante el 2025 ha presumido de su denominación como Ciudad Gastronómica.

Compartir mesa, alargar la sobremesa y disfrutar sin prisa es también una forma de entender Roquetas de Mar. Una gastronomía que no solo alimenta, sino que conecta con la cultura local y se consolida como un atractivo turístico de calidad.

UN DESTINO QUE SE VIVE TODO EL AÑO

Roquetas de Mar se presenta en FITUR 2026 como un destino auténtico, cercano y accesible. Una ciudad que ha sabido crecer sin perder su esencia, que cuida de su entorno, sus tradiciones y que mantiene una hospitalidad sincera y acogedora con quienes la visitan. Con cerca 16 kilómetros de playas amplias y limpias dotadas de equipamientos accesibles, inclusivos y de última generación que giran en torno a la sostenibilidad.

“Roquetas de Mar, de luz y de vida” es una forma de definir la identidad roquetera, de sus vecinos. De luz que acompaña cada día, de atardeceres que se disfrutan sin prisa, de encuentros que se repiten y se recuerdan, de naturaleza viva, de sabor a mar y a tierra, de tradición compartida y de vida en la calle.

Roquetas de Mar es, en definitiva, un destino con muchas razones para ser visitado. Un lugar que se disfruta más allá del verano y que ofrece experiencias auténticas durante los 365 días del año. Porque aquí el Mediterráneo no se visita: se siente, se comparte y se vive al natural, porque Roquetas lleva el Mediterráneo andaluz en su nombre: de Mar, de atardeceres, de sabor, de naturaleza.

Roquetas de siempre, de Mar. De toda la vida





Campo de Gibraltar: inspiración en cada rincón, belleza infinita

En el extremo sur de Europa, en el punto exacto donde dos continentes se observan y dos mares se funden, el Campo de Gibraltar se reafirma como uno de los destinos más singulares y estratégicos del sur de Europa. Esta comarca andaluza, integrada por los municipios de Algeciras, La Línea de la Concepción, San Roque, Los Barrios, Tarifa, Castellar de la Frontera, Jimena de la Frontera y San Martín del Tesorillo, llega a FITUR 2026 con una propuesta turística madura, coherente y ambiciosa, basada en la excelencia del territorio, la sostenibilidad y una gestión innovadora orientada al futuro.

El Campo de Gibraltar no es únicamente un destino que se visita: es un territorio que se vive. Su carácter fronterizo, su historia milenaria y su extraordinaria diversidad paisajística configuran una experiencia auténtica, marcada por la fuerza del viento, la luz del sur y una identidad cultural forjada durante siglos como cruce de civilizaciones.

UN ENCLAVE ESTRATÉGICO ENTRE MARES Y CONTINENTES

Situado en el Estrecho de Gibraltar, uno de los enclaves geoestratégicos más relevantes del planeta, este territorio constituye un auténtico puente natural entre Europa y África, entre el océano Atlántico y el mar Mediterráneo. Una posición privilegiada que ha convertido históricamente a la comarca en espacio de intercambio cultural, biodiversidad excepcional y riqueza patrimonial.

El paisaje se articula en una sucesión de escenarios de alto valor ambiental que conforman una de las mayores concentraciones de espacios protegidos del sur de Europa. El Parque Natural del Estrecho, entre dos mares y dos continentes, destaca como santuario de biodiversidad y uno de los principales corredores migratorios de aves del continente. Sus playas —Tarifa, Los Lances o Bolonia—, con dunas vivas y fondos marinos protegidos, conviven con actividades de re-

ferencia internacional como el kitesurf, el avistamiento de cetáceos o el senderismo costero, junto a enclaves culturales de primer orden, como el conjunto arqueológico romano de Baelo Claudia, las torres almenaras o el casco histórico de Tarifa.

El Parque Natural de Los Alcornocales, uno de los bosques de alcornoques más extensos y mejor conservados de Europa, aporta una dimensión atlántica única al territorio. Alcornocales centenarios, canutos de laurisilva, fauna emblemática y una red de senderos históricos configuran un paisaje cultural vivo, estrechamente ligado a tradiciones ancestrales como la saca del corcho, seña de identidad de la comarca.

Este patrimonio natural se integra, además, en la Reserva de la Biosfera Intercontinental del Mediterráneo Andalucía-Marruecos, reconocimiento internacional que subraya el valor ecológico, histórico y cultural del Campo de Gibraltar y refuerza su vocación de cooperación entre ambas orillas del Estrecho.



UN DESTINO QUE PROTEGE LO QUE LO HACE ÚNICO

Consciente de que su principal fortaleza reside en la conservación de sus recursos, el Campo de Gibraltar se presenta en FITUR 2026 con una propuesta basada en la gestión responsable del turismo. Un modelo que apuesta por el equilibrio entre desarrollo económico, protección del patrimonio y bienestar de la población local.

Este compromiso se materializa en el trabajo coordinado de la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar y las delegaciones de turismo de los ocho ayuntamientos, que han adoptado de forma unánime el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), impulsado por SEGITTUR. Una metodología que permite planificar el crecimiento turístico desde una visión integral, sostenible y a largo plazo.

INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y GOBERNANZA COMPARTIDA

Durante 2025, la comarca ha culminado el proceso de diagnóstico DTI, financiado con fondos europeos Next Generation EU, sentando las bases de una estrategia turística común. Algeciras, Tarifa, La Línea de la Concepción y San Roque se han

incorporado recientemente a la Red DTI, sumándose a Castellar de la Frontera, Jimena de la Frontera y San Martín del Tesorillo, adheridos desde 2020.

El informe diagnóstico elaborado por SEGITTUR, fruto de un proceso participativo que ha implicado a todas las áreas municipales y al sector privado, define un plan de acción estructurado en torno a cinco ejes fundamentales: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación y tecnología. Una hoja de ruta que refuerza la competitividad del destino, mejora la experiencia del visitante y garantiza la preservación de los valores que definen al territorio.

como escalas singulares en el Mediterráneo occidental, capaces de ofrecer experiencias auténticas, sostenibles y de calidad.

EL CAMPO DE GIBRALTAR EN FITUR 2026

El stand del Campo de Gibraltar estará ubicado en el Pabellón 5 de IFEMA, dedicado a Andalucía, compartiendo espacio con destinos de referencia como Jerez y Cádiz capital. Esta presencia es fruto del trabajo conjunto de la Junta de Andalucía, el Patronato Provincial de Turismo de Cádiz, la Mancomunidad de Municipios y las delegaciones de turismo de la comarca.

El jueves 22 de enero se celebrará el Día



Susana Pérez Custodio y May Gallego Gavira, presidenta y vicepresidenta de la Mancomunidad de Municipios del Campo de Gibraltar

CRUCEROS BOUTIQUE: UNA APUESTA POR LA EXCLUSIVIDAD RESPONSABLE

Entre las principales novedades que el Campo de Gibraltar presenta en FITUR 2026 destaca el desarrollo de un nuevo segmento de cruceros de lujo y pequeño formato. La alianza estratégica entre la Mancomunidad de Municipios y la Autoridad Portuaria de la Bahía de Algeciras (APBA) impulsa un modelo turístico basado en la exclusividad responsable, alejado del turismo masivo y alineado con los valores ambientales y culturales del territorio.

Esta estrategia, presentada inicialmente en FITUR 2025, se ha concretado en una guía cultural y de experiencias diseñada específicamente para cruceristas premium. Rutas históricas por Algeciras y La Línea de la Concepción, visitas a enclaves naturales emblemáticos como Tarifa o Bolonia, experiencias de observación de aves en Los Alcornocales o paseos por las dunas de Los Lances conforman una oferta diferenciada, orientada a un turismo de alto valor añadido.

El press trip internacional celebrado en octubre de 2025, con periodistas especializados en cruceros boutique, ha consolidado a la Bahía de Algeciras y al puerto de Tarifa

del Campo de Gibraltar, una cita clave dentro de la agenda de FITUR 2026. La jornada incluirá la presentación de un nuevo vídeo cinematográfico del destino, la intervención institucional de los alcaldes como Destinos Turísticos Inteligentes y la entrega de distintivos DTI por parte de la secretaría de Estado de Turismo, Rosario Sánchez Grau. Durante toda la feria, los municipios darán a conocer su oferta turística, productos locales, avances tecnológicos y propuestas gastronómicas en el espacio de showcooking.

UN DESTINO CON IDENTIDAD, VISIÓN Y FUTURO

El Campo de Gibraltar llega a FITUR 2026 consolidado como un destino de excelencia, donde la naturaleza exuberante, la historia milenaria y la innovación se entrelazan para ofrecer experiencias únicas. Un territorio con identidad propia, comprometido con un desarrollo responsable que protege su patrimonio, potencia su riqueza cultural y crea vivencias memorables para quienes lo visitan. Campo de Gibraltar: inspiración en cada rincón, belleza infinita. Un lugar donde cada paisaje, cada historia y cada encuentro dejan huella, y donde siempre se desea volver.



Activízate en Almería Ciudad

El Arenal Race de obstáculos congregó a cerca de medio millar de participantes de toda España en El Toyo.

Pablo Laynez

MIENTRAS la mayoría de los destinos mediterráneos bajan persianas con la llegada del invierno, Almería Ciudad trabaja para cambiar la mirada sobre su potencial turístico fuera de la temporada alta. Lejos de resignarse a ser un refugio estival, la capital almeriense se perfila como un destino de turismo deportivo y experiencias atractivo durante todo el año, con propuestas que van desde competiciones de alto nivel hasta actividades al aire libre para aficionados de todas las edades. Y todo ello en un entorno privilegiado.

La capital almeriense apuesta por el deporte y el turismo activo para romper la estacionalidad turística

En un contexto turístico cada vez más competitivo y orientado a la desestacionalización, la ciudad de Almería avanza con paso firme hacia un modelo que diversifica su oferta más allá del tradicional turismo de sol y playa y la práctica deportiva se consolida como uno de los ejes estratégicos con mayor potencial, contribuyendo a generar actividad económica sostenida, empleo y proyección internacional.

Uno de los principales activos de Almería es su clima. Con más de 3.000 horas de sol anuales, la capital es un refugio climático ideal para disfrutar de experiencias completas sin prisas y con el buen tiempo garantizado, convirtiéndose en un enclave

idóneo para la celebración de eventos deportivos, concentraciones de clubes, stages de entrenamiento y turismo activo durante todo el año.

La temporada baja, tradicionalmente asociada a una menor afluencia turística, se transforma así en una coyuntura favorable para atraer a un perfil de visitante vinculado al deporte, la salud y el bienestar, con estancias medianas más prolongadas y un impacto positivo en sectores como la hostelería, el comercio y los servicios.

ENTORNO NATURAL

La singularidad del entorno almeriense refuerza esta apuesta. La combinación de litoral, es-

pacios naturales protegidos, con el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar como referente, zonas desérticas y áreas montañosas permite desarrollar una amplia variedad de disciplinas deportivas en un radio geográfico reducido. Senderismo, trail running, ciclismo de carretera y montaña,

deportes náuticos, deportes de playa, escalada deportiva o pruebas de resistencia encuentran en Almería un escenario ideal, especialmente fuera de los meses de mayor ocupación turística.

“Almería cuenta con una red de infraestructuras deportivas y equipamientos capaces de acoger tanto eventos de carácter competitivo como actividades





Arena Center de El Toyo.



Ciudad del Deporte Ambrosio Sánchez.



Centro Municipal de Deportes Costacabana.

de iniciación y entrenamiento. Instalaciones municipales, estadios, pabellones y espacios especializados para deportes de playa refuerzan la capacidad organizativa de la ciudad y su posicionamiento como destino preparado para albergar competiciones y concentraciones en temporada baja”, afirma el concejal de Turismo, Joaquín Pérez de la Blanca.

A lo que se suma una oferta hotelera y de servicios adaptada a las necesidades del turismo deportivo, con alojamientos preparados para grupos, deportistas y equipos técnicos, lo que contribuye a una mayor fidelización del visitante.

Todo ello ha provocado que pruebas del nivel de la Titan Desert de mountain bike o la Desértica de la Legión, ambas con la colaboración del Ayuntamiento de Almería, hayan elegido nuestra tierra como escenario para su celebración, con gran éxito de participación y de elogios por parte de organización y participantes.

VENTANA DE OPORTUNIDAD

Consciente de la ventana de oportunidad que supone para la ciudad el turismo activo y de experiencias, el Consistorio almeriense ha apostado por la renovación o construcción de nuevas y modernas insta-

laciones deportivas que permitan ampliar la oferta.

En este sentido, destacan el futuro Complejo Deportivo Polivalente del barrio de Costacabana, con piscina y pistas polideportivas, o el Arena Center de El Toyo, especializado en deportes de playa, que se construirá para el próximo verano junto al Palacio de Congresos Gabo de Gata-Ciudad de Almería y el Mar Mediterráneo, a las puertas de Cabo de Gata, y albergará disciplinas como rugby playa, fútbol playa, voleibol playa, balonmano playa o tenis playa.

En línea de salida está también la Ciudad del Deporte ‘Ambrosio Sánchez’, en la Vega de Acá, un ambicioso proyecto multideporte en la zona de expansión de la capital, y una gran vía cicloturista y peatonal de más de 17 kilómetros hasta el límite del término municipal en la Almadraña de Monteleva, en pleno Parque Natural.

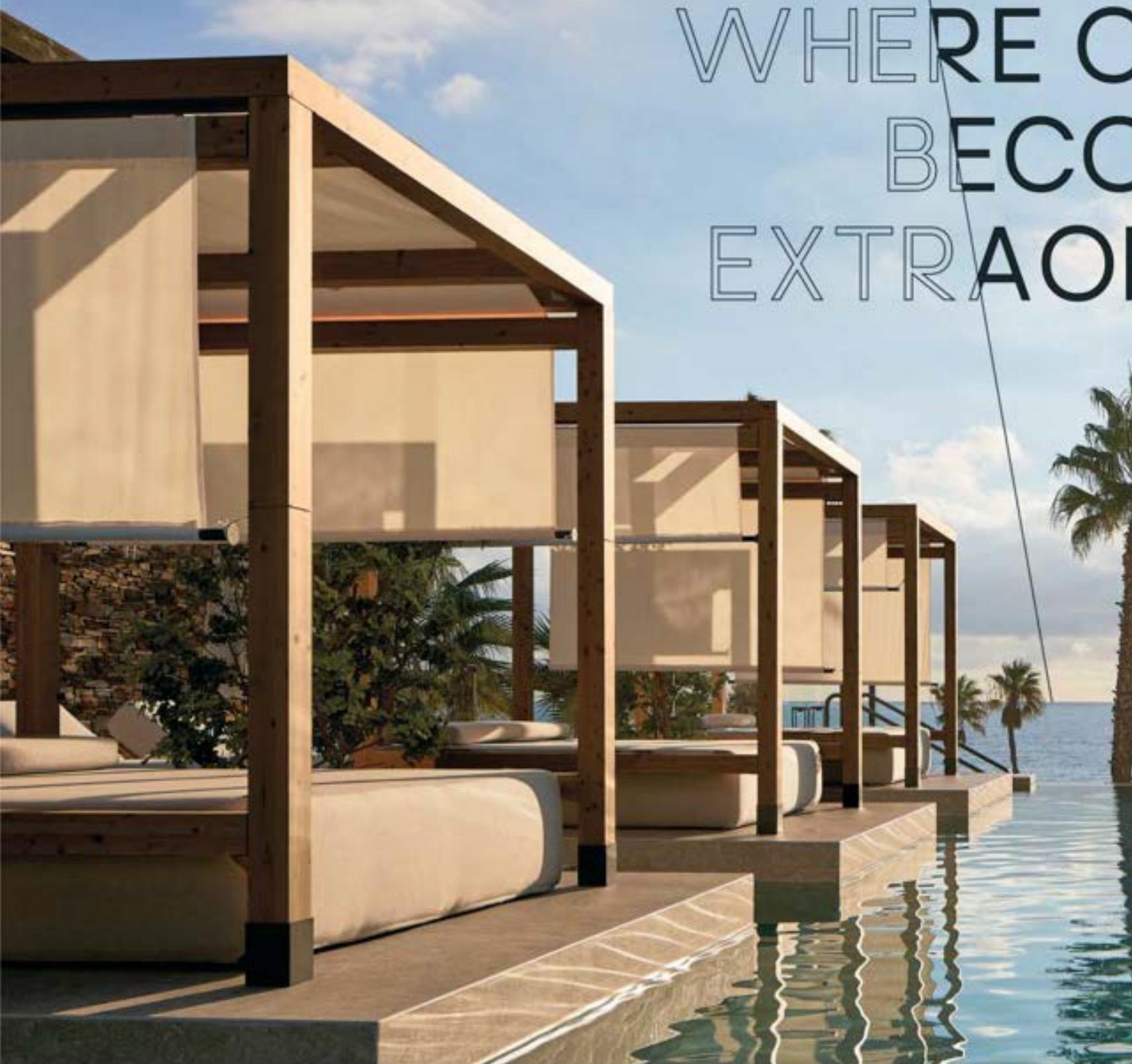
A juicio de Pérez de la Blanca, “Almería reúne unas condiciones climáticas excepcionales que nos permiten atraer concentraciones deportivas, pruebas y turismo activo cuando otros destinos europeos no pueden ofrecer entrenamientos al aire libre. Nuestro objetivo es desestacionalizar el turismo y generar actividad económica durante todo el año”.

La firme voluntad municipal por promocionar la actividad física y el deporte ha sido reconocida recientemente por la Fundación España Activa, cuyo objetivo es fomentar la práctica física y deportiva en la sociedad, con el premio en la categoría ‘Promoción de la Actividad Física y el Deporte de la iniciativa del sector público’ por el compromiso del Ayuntamiento de Almería en la creación de una ciudad activa y saludable.

Lejos de depender exclusivamente de la temporada estival, Almería avanza hacia un modelo más diversificado y sostenible, donde el deporte y el turismo caminan de la mano los doce meses del año.

MACE

WHERE C BECOMES EXTRAORDINARY



MACENAS RESIDENCIAL

Elegantes y modernas viviendas de arquitectura mediterránea con diseño de interiores a medida.

MACENAS GOLF & LEISURE

Un recorrido de 18 Hoyos a orillas del Mar Mediterráneo que preserva el entorno natural.

MACENAS HOTEL & WELLNESS

Un nuevo destino turístico internacional 5* sostenible con personalidad propia.

ENAS

ORDINARY
HOMES
ORDINARY



DESCUBRE MACENAS.
Visite nuestras viviendas piloto.

INFORMACIÓN Y RESERVAS +34 950 50 50 10 info@macenasresort.com


MACENAS
Mediterranean Resort



macenasresort.com

San Roque, donde lo tienes todo



El municipio de San Roque, a caballo entre las provincias de Cádiz y Málaga, presume de tener todos los atractivos que se puedan requerir para el turista.

Playas con bandera azul; 300 días de sol al año; naturaleza; deportes como Golf, polo o vela; pueblo blanco; historia; hoteles de lujo; actividades culturales; rica gastronomía; puerto deportivo; y urbanizaciones de lujo como Sotogrande; hacen que realmente San Roque pueda presumir de tenerlo todo.

Para empezar San Roque tiene una situación única, entre dos continentes (África y Europa); dos mares (Mediterráneo y Atlántico); y tres culturas (española, británica y marrueca). Existen muy pocos lugares en el mundo que se puede contemplar una vista panorámica como ésta.

Entre las provincias de Cádiz y Málaga, entre la Costa del Sol y la Costa de la Luz, es una localización estratégica y bien comunicada por autovía y autopista de peaje con los aeropuertos de Gibraltar, Málaga y Jerez,

El Conjunto Monumental Histórico-Artístico de San Roque es oficialmente la Ciudad

Entre dos mares y dos continentes, San Roque reúne playas, naturaleza, golf y lujo en un destino único

donde reside la de Gibraltar (Ciudad española de Gibraltar en el exilio), fundada en 1706.

Los monumentos Bienes de Interés Cultural principales del Casco Histórico de San Roque son la Iglesia Santa María La Coronada (1735), el Palacio de los Gobernadores (S. XVIII) y la Plaza de Toros (1853).

Existen tres museos en la ciudad: el Museo San Roque (sección Carteia), el Museo San Roque (sección Luis Ortega Brú) y el Museo CB Radioaficionados. La oferta expositiva se complementa aún más con el Centro de Arte Contemporáneo (CAC San Roque), situado en la antigua Casa Consistorial, con las exposiciones permanentes de Carlos Pacheco (ilustrador de Marvel Comics y DC Comics en EEUU) y Andrés Vázquez de Sola (dibujante en el periódico francés Le Monde).

Carteia, ahora Enclave Arqueológico, fue fundada en el siglo VI a.C. por los fenicios y estuvo habitado por cartagineses y romanos, con quienes se convirtió en la primera Colonia Libertinorum en el 171 a.C., según el historiador romano Tito Livio. En el Enclave se organiza también visitas guiadas gratuitas.

Turismo San Roque organiza visitas guiadas gratuitas por el Casco Histórico y museos, que se pueden combinar con la visita guiada a Carteia. Además, se ofrecen rutas guiadas a los búnkeres de la Segunda Guerra Mundial en la zona, ya que existen más de 800 búnkeres en la línea de fortificación de la frontera sur (alrededor de Gibraltar). Como novedad, se ofrecen visitas guiadas accesibles para todos.

El municipio cuenta con tres parajes naturales que forman parte del Parque Natural Los Alcornocales: Pinar del Rey, Finca La Alcadesa y Finca Guadalquivitón, donde se puede practicar senderismo, BTT, running...

Además, San Roque dispone de otras

zonas naturales de interés como Sierra Carbonera, Sierra del Arca, el Estuario del Río Guadiaro, la Laguna de Torreguadiaro y la Ribera del Río Guadarranque. Los últimos tres son muy interesantes para la observación de aves migratorias.

El municipio de San Roque dispone de 9 campos de golf (8 clubes) en un radio de 8 kilómetros, entre los cuales está Real Valderrama, el número uno de España y uno de los mejores campos del mundo, que fue sede de la Ryder Cup 97 y actual sede del LIV Golf. También se encuentran entre los mejores campos de España Real Club Sotogrande.

La lista la complementan los campos de La Hacienda Alcaidesa Links, La Hacienda Alcaidesa Heathland, San Roque Club (Old Course), San Roque Golf & Resort, La Reserva Club Sotogrande, The Alto Club Sotogrande, y el Club de Golf Municipal La Cañada, primer campo municipal de España, con 18 hoyos y centenares de alumnos de golf.

San Roque es también Centro de polo mundial, ya que el Torneo Internacional de Polo de Sotogrande, organizado por Ayala Polo Club, es uno de las cuatro fechas de polo más importantes del mundo de este deporte. Este evento está declarado de Interés Turístico de Andalucía.

En el municipio existen 10 canchas y tres clubes de polo: Ayala Polo Club, Santa María Polo Club e Iridike Polo Club.

También es base náutica del Estrecho, ya que el exclusivo Puerto Sotogrande (PST) es el puerto deportivo más grande de Andalucía, con 1.382 atraques. Cuenta con dos zonas diferenciadas, la parte antigua, construida en 1987, con numerosos restaurantes, bares y comercios; y la parte nueva, la Marina o "Mini Venecia", con canales, islas artificiales y riberas con apartamentos con amarres, además de la Ribera del Marlin, una zona comercial con más restaurantes, bares y comercios.

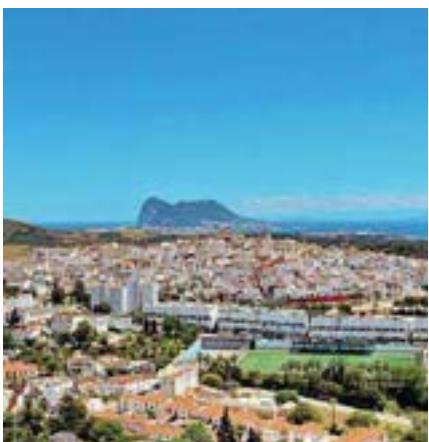
En lo que se refiere a Hípica, Santa María Equestrian Club cuenta con magníficas instalaciones en Puente de Hierro y organiza Campeonatos de Salto Nacionales. Además, existen 6 clubes hípicos que ofrecen diferentes clases de equitación.

San Roque dispone de tres clubes de tenis y padel en Sotogrande: La Reserva Club, Racket Center Sotogrande y Club de Tenis El Octógono.

San Roque destaca también por sus alojamientos del más alto nivel, con tres hoteles de cinco estrellas: Fairmont La Hacienda Costa del Sol, SO/Sotogrande Golf & Spa Resort, y el Hotel MiM Sotogrande Melià Collection. Los hoteles de cuatro estrellas lo conforman el Hotel Encinar de Sotogrande, el Hotel In-Mood San Roque y el Hotel Lodge Casino Admiral San Roque.

También hay dos hoteles de dos estrellas, el Hotel Patricia y el Hotel Milla de Plata, y por último, un hotel de una estrella, el Hotel Las Camelias.

El municipio de San Roque cuenta con más de 150 establecimientos de restauración diferentes (restaurantes, bares, cafeterías y bares



de copas) repartidos en los numerosos núcleos de su amplio territorio, que abarca 145 kilómetros cuadrados.

La oferta gastronómica es muy diversa y variada, ofrece desde bares de tapas y restaurantes con platos de cocina andaluza tradicional, gastronomía española y mediterránea, cocina creativa o un amplio abanico de opciones de establecimientos de cocina internacional.

A ellos se suman los clubes de playa y chiringuitos, ya que cuenta con dos clubes de playa en Sotogrande: Trocadero Sotogrande y El Octógono.

Además de los anteriores existe The Beach, la primera playa artificial de España con laguna para deportes acuáticos, situado en las colinas en La Reserva Club Sotogrande.

Las playas del municipio disponen de 10 chiringuitos: Il Soño, Chicano Vargas Beach, Biarritz, Eulogia, Chambao, Bahía Limón,

Gigi's Beach, La Brisa Sotogrande, Bunker Beach Club y Sal Verde, ubicados en cuatro playas con Bandera Azul: Cala Sardina, Torreguadiaro, Puerto Sotogrande y Alcaidesa-El Faro. Las restantes playas lo conforman Guadalquitón-Borondo (vertiente mediterránea) y Campamento, Puente Mayorga y Guadarranque (dentro de la Bahía de Algeciras).

La Semana Santa de San Roque está declarada de Interés Turístico Nacional de Andalucía. La fecha más señalada es el Viernes Santo, cuando se organiza todos los años la Procesión Magna con 14 pasos diferentes, de los que 6 contienen imágenes originales de los siglos XVI al XVIII procedentes de Gibraltar y que fueron traídos a San Roque por los habitantes españoles de Gibraltar.

El municipio de San Roque es bastante extenso en superficie (145 Km²) y tiene la característica de contar con muchas barriadas diferentes. Debida a esto, el municipio celebra diferentes fiestas y tradiciones, no sólo la Feria Real de San Roque, sino también ferias en distintas barriadas, desde junio a septiembre. También cabe mencionar eventos como la Noche Blanca a final de agosto o el Belén Viviente en diciembre.

En los últimos años, San Roque se ha convertido en Capital Cultural del Campo de Gibraltar. En su Teatro Juan Luis Galiardo, que cuenta con 670 butacas, se celebra eventos culturales como los Cursos de Verano de la Universidad de Cádiz, FICSAN (Festival Internacional de Cortometrajes), San Rotín (Festival de Títeres y otras pequeñeces), Festival de Música (San Roque Suena), Festival de Danza, Festival de Jazz y la Bienal de Flamenco "Canela de San Roque".

Huelva: la ciudad del buen vivir



En el suroeste andaluz, donde confluyen los ríos Tinto y Odiel, emerge una ciudad que ha sabido mantenerse fiel a sí misma mientras se transforma: Huelva, una capital con luz propia, que conjuga historia, naturaleza, cultura y gastronomía en una propuesta turística singular. Una ciudad auténtica, abierta y llena de matices.

En un momento donde los viajeros buscan experiencias reales y sostenibles, Huelva se consolida como la ciudad del buen vivir: un destino amable, tranquilo, donde lo cotidiano se convierte en extraordinario y cada paseo, bocado o conversación cobra sentido.

La historia de Huelva se mide en milenios. Considerada por muchos como la ciudad más antigua de Occidente, conserva vestigios de Tartessos y otros pueblos antiguos, visibles en su Museo Provincial o en su trazado urbano. Es una ciudad que fue punto de partida,

cruce de caminos y ventana atlántica hacia nuevos mundos.

Volcada a la ría y al mar, su Puerto y Paseo de la Ría se han transformado en espacios vibrantes donde paisaje, deporte y cultura conviven. El Muelle de la Riotinto Company, testigo de su pasado industrial, enmarca uno de los atardeceres más bellos de la ciudad.

Durante todo el año, Huelva ofrece una intensa vida cultural al aire libre: música, teatro, flamenco, literatura o arte llenan plazas, parques y espacios emblemáticos como la Casa Colón o el Gran Teatro. Las calles respiran arte y participación. En verano, la ciudad vibra con sus fies-

tas populares, como Las Colombinas o La Cinta, y con eventos como el Festival Flamenco, que celebran la identidad andaluza a través del ritmo y la emoción.

Pocos imaginan la marcada huella británica de la ciudad, legado de la Riotinto Company, visible en el Barrio Obrero Reina Victoria, la Casa Colón o el muelle cargadero de mineral. Esa etapa trajo consigo también modernidad y pasión deportiva, con Huelva como decana del fútbol español y pionera del tenis.

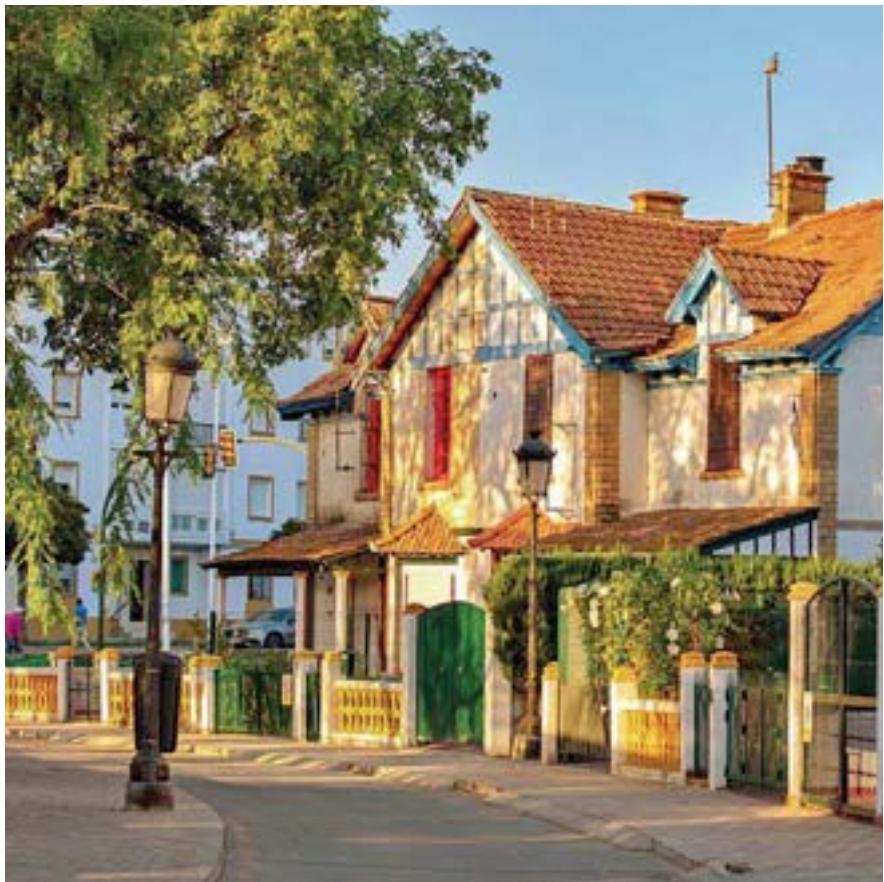
La gastronomía es otra gran aliada del turismo. Desde el Mercado del Carmen hasta el renovado Mercado de San Sebastián, los sabores onubenses —gamba blanca, choclos, jamón de Jabugo, fresas, coquinas o vinos del Condado— conviven en tabernas y gastrobares donde tradición e innovación se abrazan con naturalidad.

Pero más allá del producto, lo que convierte la cocina onubense en una ex-

Huelva conserva vestigios de Tartessos y otros pueblos antiguos, visibles en su Museo Provincial



Pilar Miranda Plata,
Alcaldesa de Huelva



Huelva representa otra forma de estar. Una con buena temperatura, aire limpio y una alta calidad de vida

periencia es su contexto. Comer en Huelva es un acto social y emocional. Cada espacio invita al visitante a quedarse un poco más. Aquí se saborea sin prisa, con conversación, buen clima y el sabor de la tierra en el plato.

Y si hay un instante que define a esta tierra, es el del atardecer: desde la ría, la playa del Paraje Natural Marismas del Odiel, los miradores de El Conquero o la ermita de La Cinta, el cielo se tiñe de ocres y rosas mientras las marismas reflejan la luz y el tiempo parece detenerse.

En un mundo acelerado y saturado, Huelva representa otra forma de estar. Una ciudad sin agobios, con buena temperatura, aire limpio y una calidad de vida que se respira. Aquí, el turismo no rompe la ciudad: la acompaña.

Huelva no se visita. Se vive. Se recuerda. Se echa de menos. Su luz, su sabor, su gente y su paisaje hacen de ella un destino inolvidable. Una ciudad para descubrir... y para quedarse. Una ciudad del buen vivir.

Ayamonte, un destino turístico único, exclusivo y diferente

En el extremo más occidental de España, en la frontera más antigua de Europa, está Ayamonte, a orillas del antiguo río Anae de los romanos. Una de las tres ciudades integradas en la Eurociudad del Guadiana y singular territorio transfronterizo compartido con los municipios lusos de Vila Real de Santo António y Castro Marim que representa una atractiva propuesta común basada en la cooperación, la cultura compartida y el progreso común.

Ostium Fluminis Anae -Ayamonte-, la ciudad más antigua de la provincia de Huelva, habitada por fenicios, romanos y árabes es también, hoy, la más moderna y dinámica, capaz de conjugar su valioso legado histórico con una marcada vocación de futuro.

Ayamonte experimenta una de las más importantes transformaciones de su historia, marcada por distintos proyectos y actuaciones, de diferentes magnitudes, que han visto la luz recientemente y otros que se encuentran en marcha. Así, el gobierno municipal impulsó un importante y excepcional programa de acción que ha devuelto la mirada al río, a la par que ha ejecutado, recientemente, proyectos muy demandados como la renovación de la pasarela del paseo peatonal Plaza de España, la reordenación del Triángulo anexo al Paseo de la Ribera, el arreglo de la fuente ornamental de la Plaza de la Coronación o la puesta en marcha de la primera fase del Plan de Asfaltado, con una inversión de

1,5 millones de euros y que ha permitido mejorar las principales vías de acceso al municipio, así como otras calles y avenidas con mayor tránsito de circulación de vehículos.

Ayamonte avanza también 'calle a calle', con un ambicioso plan de refuerzo de mantenimiento de vías públicas, destinado a la mejora y adecentamiento de las calles y barriadas mediante pequeñas intervenciones que, en su conjunto, están mejorando, notablemente, el día a día de los ciudadanos.

Además, la ciudad da pasos adelante en la ejecución de dos importantes actuaciones que cambiarán el futuro inmediato de Ayamonte, como la obra de renovación de la red de abastecimiento de la avenida Cayetano Feu y avenida de Andalucía; y la obra de modificación de la red de transporte de aguas residuales en el polígono industrial SEPES, que acabará con las molestias derivadas de la infraotorgación del sistema de evacuación y abastecimiento del popular barrio de la Villa. El Consistorio trabaja, también, en una nueva fase del Plan de Asfaltado que alcanzará otro millón de euros y que se invertirá, principalmente, en las vías secundarias de las barriadas de Ayamonte.

Un desarrollo sin precedentes que ya ha comenzado y que continúa con el impulso del Plan Integral 'Ayamonte Neurociudad'; una hoja de ruta que permitirá llevar a cabo grandes proyectos y actuaciones orientadas al desarrollo de los barrios de Ayamonte, y a su co-

nexión con el centro de la ciudad.

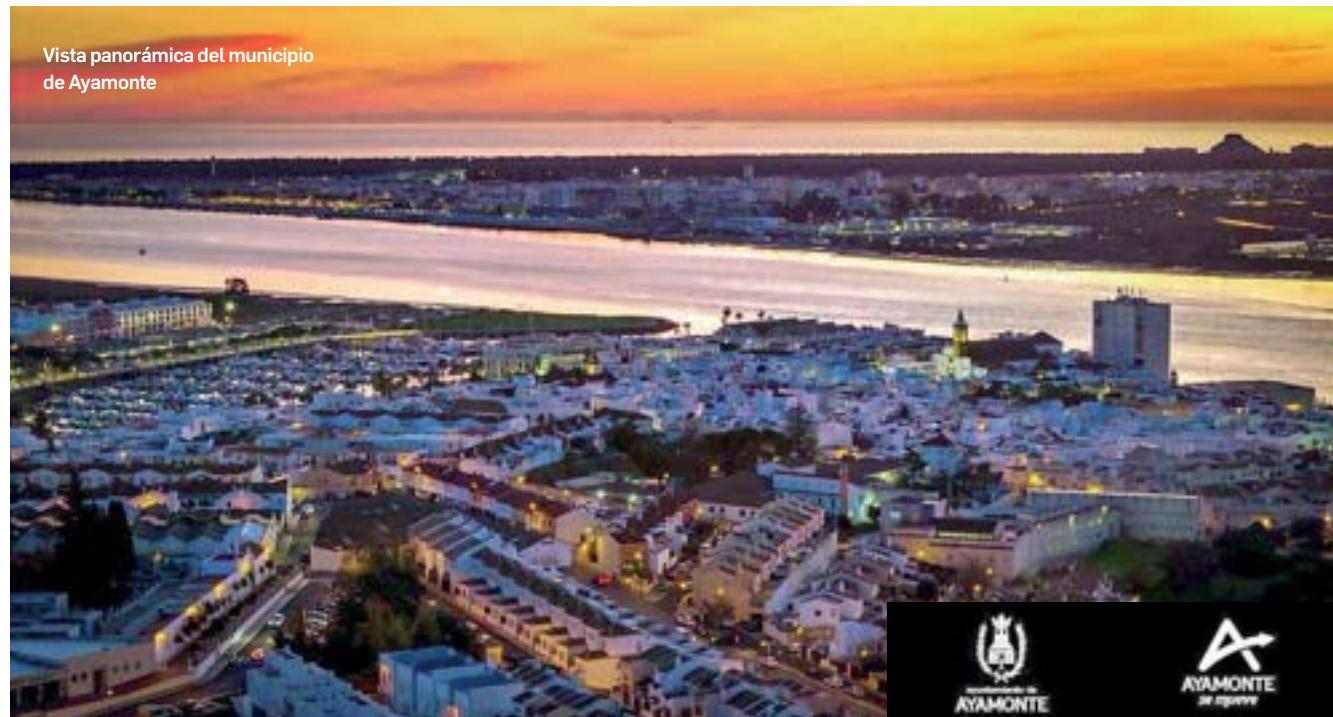
Todo esto, unido a las grandes bondades geográficas, culturales y naturales, hace que la ciudad se haya convertido en un destino turístico exclusivo, atractivo y diferente. Un enclave único enmarcado, además, en la Eurociudad del Guadiana bajo un lema común: dos países, tres ciudades, un destino.

El territorio transfronterizo ofrece a sus visitantes un escenario privilegiado, por ejemplo, para la práctica deportiva, que le ha permitido ganar el título de Comunidad Europea del Deporte en este 2026.

La Eurociudad del Guadiana dispone, así, de instalaciones de primer nivel que incluyen un centro de alto rendimiento, tres puertos deportivos, cinco estadios de fútbol, seis campos de golf, diez pabellones y complejos polideportivos, además de un entorno natural único para la práctica deportiva outdoor, con veinte kilómetros de playas, canales naturales de piragüismo y el mayor número de horas de sol de toda Europa.

A todo esto le acompaña una oferta gastronómica de primer nivel, marcada por productos autóctonos y de kilómetro cero, ligados a la tierra y al mar, como los pescados, mariscos, las salinas tradicionales y las conservas. Tradición, cercanía y sostenibilidad que hacen de esta tierra un lugar mágico para perderse y dejarse atrapar.

Ayamonte se transforma, Ayamonte te transforma.



El Ejido, destino para los turistas de golf



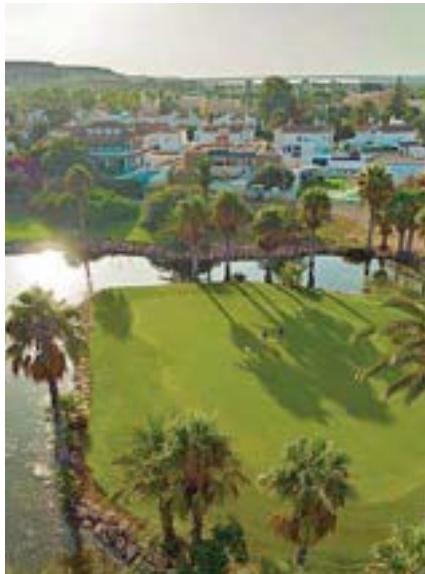
EN FITUR 2026 El Ejido estrenará un nuevo vídeo de promoción turística para mostrar el potencial de la amplia y variada oferta turística complementaria del municipio. Un vídeo dirigido a captar mejor la atención de los nuevos turistas potenciales a los que se dirige.

La intención es que este nuevo vídeo conecte emocionalmente con el turista y transmita la personalidad real del destino. Además, busca atraer a viajeros que se identifiquen con la experiencia que se muestra en el destino.

Con este vídeo, el municipio aboga por volver a poner de manifiesto la calidad y el valor de esta amplia oferta turística complementaria, con actividades que se desarrollan en perfecta armonía con el medio ambiente, garantizando así un turismo sostenible y del que poder disfrutar durante todo el año, lo que contribuye a desestacionalizar este destino ubicado en pleno corazón del Poniente almeriense.

En línea con la desestacionalización del destino y, como es ya habitual en FITUR, se entregará el Premio al Mérito Turístico a Golf Almerimar, que destaca por ser un campo de golf de 27 hoyos, diseñado por Gary Player y ubicado en Almerimar, como su nombre indica, siendo el único con esa configuración en la provincia. Ofrece gran versatilidad en sus recorridos, entre lagos y palmeras.

Golf Almerimar, junto al Hotel Golf Almerimar 5* y su Casa Club, atrae a un turismo de calidad y de alto nivel adquisitivo, que, además, contribuye a desestacionalizar la oferta turística y genera empleo. El golf aporta beneficios para los jugadores, ya que contribuye a su salud física y bienestar al hacer ejercicio en la naturaleza.



Además, Golf Almerimar respeta el medio ambiente con su paisaje natural y áreas verdes, y se gestiona de forma sostenible. Asimismo, fomenta un estilo de vida social y familiar, atrayendo a un público diverso gracias a su adaptabilidad a distintas edades y niveles.

Según los datos del año 2024, la industria del golf genera anualmente en Andalucía un impacto de 5.456 millones de euros y la comunidad andaluza recibe alrededor de 700.000 turistas de golf cada año, lo que supone el 2% del total de visitantes a la comunidad.

El gasto directo de los turistas de golf asciende a 1.757 millones de euros, con un desembolso diario de 352 euros por visitante. Se muestra también la transversalidad y el poder dinamizador del sector, ya que el 85% de este gasto beneficia a secto-

res distintos al golf, como el alojamiento, la restauración o el transporte.

En el caso de Almerimar, el campo de golf es el motor principal de la desestacionalización, ya que atrae año tras año a una gran cantidad de turistas de países nórdicos que pernoctan y consumen en Almerimar. Cabe destacar también que,

El campo de golf de Almerimar atrae cada año a una gran cantidad de turistas de países nórdicos

en otoño, invierno y primavera, es visitado por golfistas internacionales procedentes del Reino Unido y Alemania, entre otros países de Centroeuropa.

Siendo el municipio principalmente un destino de sol y playa, es importante

que poder contar con este segmento turístico fuera de la época estival. Por ello, Golf Almerimar es merecedor este año del Premio al Mérito Turístico de El Ejido, por su contribución a la expansión turística del municipio, así como por su apuesta por el segmento de golf.

Con estas acciones que se llevarán a cabo en FITUR 2026, El Ejido refuerza su posicionamiento como un destino con personalidad, capaz de emocionar, diferenciarse y ofrecer experiencias sostenibles durante todo el año. El estreno del nuevo vídeo promocional y el reconocimiento a Golf Almerimar como motor de desestacionalización ponen en valor una oferta complementaria de calidad, que atrae a un turismo de mayor impacto económico, genera empleo y contribuye a impulsar la actividad local más allá de la temporada estival.



Chiclana, 150 años de Ciudad

LOS restos fenicios encontrados hace unos años en pleno casco histórico de Chiclana ponían de manifiesto su pasado trímilenario. Una larga historia en donde la pesca, la sal, las huertas y, sobre todo, las viñas se convirtieron en los principales motores económicos de la villa.

Y precisamente el sector vitivinícola alcanzó tal fuerza en la vida social y económica de Chiclana, con más de 3.500 hectáreas en la segunda mitad del siglo XIX, que el Rey Alfonso XII le otorgó el título de 'Ciudad' el 8 de agosto de 1876.

Por ello, en este año 2026 celebraremos en nuestro municipio el 150 aniversario de dicho otorgamiento, para lo cual se está trabajando en la organización de numerosos actos conmemorativos. Además, esa larga tradición vitivinícola tiene un claro exponente en el centro de interpretación del Vino y la Sal ubicado en la Plaza de Las Bodegas, en el centro de Chiclana. Un espacio donde el visitante puede conocer en profundidad uno de los sectores económicos más importantes de la historia de la ciudad junto a las salinas y esteros.



No obstante, Chiclana ya no es aquella pequeña villa, donde la agricultura y la pesca sustentaban la economía local. Ahora, con una población censada de más de 93.000 habitantes, se ha convertido en el motor económico de la Bahía de Cádiz, gracias a la industria, a la construcción, al comercio, la pequeña y mediana empresa y, sobre todo, al turismo, contando con más de 12.000 plazas hoteleras de cuatro y cinco estrellas, lo que supo-

ne una cuarta parte de la provincia, cinco campos de golf junto a una de las mejores playas de nuestro país, La Barrosa, y un sinfín de posibilidades para el disfrute y el descanso de miles de visitantes a lo largo del año.

El turismo de sol y playa se ha consolidado en las últimas décadas en Chiclana, afianzándose como uno de los destinos turísticos más importantes de España. Pero Chiclana no solo cuenta con majestuosas playas, sol y grandes resort de lujo en primera línea de playa, sino también de una amplia oferta lúdica y cultural. Así, en el centro de Chiclana el visitante puede disfrutar de la historia y el patrimonio cultural de Chiclana, que comienza en la época fenicia y que tiene su mayor ejemplo en el yacimiento del cerro del Castillo, en pleno casco histórico de la ciudad.

Así, el centro de interpretación Nueva Gadeira ofrece al visitante un recorrido por la historia de la ciudad desde la llegada de la civilización fenicia hasta la actualidad, comprobando *in situ* restos de edificaciones construidas por fenicios y romanos. Un equipamiento que se ubica junto a



la Torre del Castillo, que conecta el yacimiento fenicio con el acceso natural que los fenicios utilizaron hace 3.000 años para llegar a nuestra ciudad, el río Iro.

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

Por otro lado, además del centro de interpretación del Vino y la Sal, el casco histórico de Chiclana cuenta con distintos espacios culturales donde conocer en profundidad la historia e indiosincrasia de la ciudad, como el Museo de Chiclana, en la Plaza Mayor, que cuenta con una importante exposición permanente sobre la historia de la ciudad; el Museo Taurino Francisco Montes Paquiro, que aborda la historia de la tauromaquia en la ciudad; así como el espacio expositivo de la Colección Marín.

A todos estos centros culturales hay que sumar desde hace un par de años el espacio expositivo de Muñecas María Emilia Lira, donde podemos contemplar una amplia colección de muñecas originales desde principios del siglo XX y que han sido adquiridas en las últimas décadas por la propia María Emilia, que ha donado al Ayuntamiento de Chiclana para el disfrute de la ciudadanía. Una colección de más de 600 piezas de colecionista y que será del disfrute de pequeños y mayores.

Además, una parada obligatoria en el centro de Chiclana es su majestuoso Mercado de Abastos, donde chiclaneros y visitantes se nutren de todo tipo de productos frescos y de ca-



lidad, destacando las frutas y hortalizas de la zona y los pescados y mariscos del Golfo de Cádiz, así como productos elaborados, entre ellos, los chicharrones de Chiclana.

Además, la amplia y rica gastronomía que ofrece este rincón de la Península Ibérica puede degustarse en los numerosos restaurantes, bares y beach club repartidos a lo largo del término municipal, principalmente en el centro de la ciudad y en la zona de la playa.

Y hablar del Destino Chiclana es también hacerlo de su gran oferta medioambiental, desde las salinas y esteros del parque natural de la Bahía de Cádiz, pasando por su caminos, pinares y senderos, entre ellos, el nuevo sendero, que une Chiclana con San Fernando y La Janda. Espacios donde el visitante puede disfrutar de la amplia diversidad de flora y fauna, así como de los tradicionales des pesques de pescado de estero, que se centran en los meses de otoño.

CONCERT MUSIC SANCTI PETRI

Toda esta amplia oferta, que en estos últimos años se ha visto reforzada por eventos como el Carnaval, que en este 2026 se celebra en la segunda quincena de febrero, la Semana Santa, la Feria de San Antonio (del 10 al 14 de junio) o la Navidad, cuenta también con un evento que se ha convertido en todo un referente del ocio nocturno en la provincia de Cádiz, Concert Music Festival Sancti Petri, que volveremos a disfrutar este verano.

Así, artistas de la talla de Sting (12 de julio), Miguel Poveda (18 de julio), Carlos Rivera (24 de julio), Manuel Turizo (31 de julio), Chayanne (1 de agosto), Pablo López (4 de agosto), Ana Torroja (7 de agosto), Dani Fernández (10 de agosto), Pablo Alborán (13 de agosto) o Lola Índigo (15 de agosto), entre otros... harán disfrutar al público asistente durante casi dos meses en el poblado de Sancti Petri.

Kayak para adentrarse en los rincones de Cabo de Gata

Más de 30 empresas desarrollan cada verano actividades de turismo activo en el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar (Almería) con autorización administrativa para operar excursiones en embarcaciones a motor, rutas en barco o salidas en kayak desde los canales náuticos habilitados con control de grupos y acceso limitado. Gracias a esta actividad, los turistas pueden conocer bellos rincones a los que sólo se puede acceder a través del mar, dada la escarpada orografía del terreno. / Rafael González





Conectar con lo que realmente importa

En un mundo que gira más rápido de lo que podemos procesar, donde el ruido digital satura los sentidos, existe un refugio todo el año en el extremo oriental de Andalucía en el que el tiempo firma una tregua. Carboneras, en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, no es solo un destino; es un recordatorio de lo que realmente importa. Aquí, desconectar de la rutina no es perder la señal, sino ganar una frecuencia profunda para reencontrarse con lo esencial.

La desconexión comienza en la mirada. Al asomarse a playas como la de Los Muertos, el azul cobalto ejerce un efecto casi hipnótico sobre el viajero. Fuera de la temporada estival, solo acompaña el vaivén rítmico de las olas contra las piedrecitas blancas de la orilla. En este rincón, o en la serenidad de El Corral y La Galera, el estrés acumulado se disuelve bajo el influjo del salitre.

Caminar por playas urbanas como Los Conejos, El Ancón o Las Marinicas —todas distinguidas con Bandera Azul— permite reconnectar con los sentidos: el tacto de la arena fresca, el aroma a mar puro y la calidez del sol almeriense. Es un lujo sencillo y sin artificios que nos devuelve la calma que la hiperconexión diaria nos arrebata.

A veces hay que mirar hacia atrás para conectar con lo importante. Carboneras invita a un paseo por una historia que llena el espíritu. El Castillo de San Andrés, imponente fortaleza del siglo XVI, se erige en el corazón del pueblo como símbolo de su origen. Recorrer su interior o visitar la Torre del Rayo, con sus vistas espectaculares sobre la bahía, es entender que somos parte de una cronología de siglos que nos invita a relativizar las preocupaciones.

Esa trascendencia también late en su Ruta de Cine. Al recorrer los paisajes de la oscarizada Lawrence de Arabia o los que acogieron



Vista panorámica de Carboneras, un municipio enclavado en pleno Parque Natural Cabo de Gata-Níjar y que se ha erigido como uno de los grandes refugios de la provincia de Almería.



Faro y Torre de Mesa Roldán.

La subida a Mesa Roldán, junto a su faro y torre defensiva permiten al visitante poner su mundo en orden

John Lennon, se descubre un territorio con alma. Pasear junto a la Torre de Mesa Roldán, localización de la aclamada serie Juego de Tronos, es habitar un escenario de leyenda donde la imaginación despierta libre de las cadenas de la rutina.

La naturaleza aquí ofrece un ancla a la desconexión. El cauce del Río Alfás es una arteria natural que conecta el interior montañoso con la costa entre tesoros geológicos y antiguos molinos de agua, junto al recientemente restaurado Molino de Viento. Son testimonios de una época donde el hombre y los elementos bailaban al mismo son.

Subir hasta Mesa Roldán es, quizás, la experiencia de reconexión definitiva. Junto a su faro y su torre defensiva, con el inmenso

horizonte frente a uno, el mundo parece ponerse en orden. La brisa de Levante o Poniente limpia los pensamientos, dejando espacio a la inspiración y a una tranquilidad que solo se encuentra en los lugares que conservan su pureza.

La desconexión también llega a través del placer de la mesa. En Carboneras, la gastronomía es un acto de cuidado y atención. Degustar el pescado fresco de la lonja o un arroz marinero

en una terraza frente al mar o en su casco histórico es una experiencia sensorial donde el producto manda para detener el tiempo entre bocado y bocado.

Esa conexión humana tiene su punto álgido en sus festividades tradicionales. Vivir los Moros y Cristianos en honor a San Antonio es sentir el latido de un pueblo que celebra su identidad con pasión. En las Fiestas del Pescador en agosto, la procesión marinera de la Virgen del Carmen convierte la bahía del municipio en un espacio de devoción, respeto y alegría compartida.

Carboneras no entiende de temporadas. Ya sea en primavera descubriendo la magia de la Isla de San Andrés y sus maravillas bajo el agua o disfrutando de la programación cultural del Teatro Casa de la Música en una tarde de invierno, la localidad ofrece un refugio constante. Es el lugar perfecto para apagar el teléfono y encender la vida; para dejar de mirar la pantalla y observar el horizonte.

Descubre Carboneras. El lugar donde desconectas para conectar con lo que importa.

Puerto de Huelva, una nueva puerta al turismo náutico y de cruceros

El Puerto de Huelva acude a FITUR 2026, la Feria Internacional de Turismo, que se celebra entre los días 21 y 25 de enero en IFEMA Madrid con una propuesta firme: consolidar su posición como destino para el turismo náutico, de cruceros y pasajeros, a lo que se suma su apuesta de integración puerto-ciudad para abrir sus espacios al disfrute turístico y ciudadano. Para ello ha iniciado un proceso de recuperación y puesta en valor de su patrimonio histórico, que fomentará el turismo cultural, industrial y minero.

La delegación onubense, encabezada por el presidente del Puerto de Huelva, Alberto Santana, dará a conocer en FITUR mediante encuentros con empresas, instituciones, touroperadores y navieras, los últimos proyectos, acometidos en el marco puerto-ciudad, que marcarán un punto de inflexión en la relación del puerto con su entorno urbano y con el sector turístico.

PROYECTO DE REMODELACIÓN DEL MUELLE DE LEVANTE

El ambicioso proyecto de remodelación del Muelle de Levante representa la piedra angular de esta transformación de todo el frente portuario, llevada a cabo por el Puerto de Huelva. Situado a escasos minutos del centro de Huelva, este enclave estratégico está llamado a convertirse en un espacio de atracción turística y de nuevas inversiones, con más de 80.000 m² destinados a usos comerciales, deportivos, culturales y de ocio.

Además, el Muelle de Levante alberga ya la Marina del Odiel, la primera marina urbana de Huelva, que avanza en su desarrollo con una dársena norte con 260 atraques operativos, modernos servicios auxiliares y una proyección final de 400 atraques y 96.000 m² de instalaciones dedicadas al deporte náutico, el ocio y la restauración.

PATRIMONIO INDUSTRIAL Y LEGADO CULTURAL: UN VALOR TURÍSTICO EN AUGE

El Puerto de Huelva ha culminado la unión del Muelle de la Compañía Río Tinto, un ícono histórico que conecta el pasado minero e industrial de Huelva con su presente turístico.

Este muelle, situado al inicio del Paseo de la Ría, se integra en la estrategia de recuperación del patrimonio portuario que convierte al Puerto de Huelva en un espacio único don-



de convergen la ría como espacio natural, su patrimonio histórico y su apuesta de acercar el puerto a la ciudad.

Asimismo, el Puerto onubense ha finalizado la rehabilitación del Muelle de Tharsis, un histórico cargadero de mineral, que se adentra en la ría.

En cuanto a las relaciones de Huelva con el continente americano, se ha recuperado el entorno del Monumento a Colón, donde se ha inaugurado una escultura en homenaje a la artista Gertrude Vanderbilt Whitney, autora del monumento, reproducida a partir de la fotografía tomada el día de su inauguración en 1929. Un reconocimiento a la artista que vinculó su obra al puerto y al encuentro entre culturas.

CRUCEROS LUXURY EN EL CORAZÓN DE LA CIUDAD

La estrategia del Puerto de Huelva apuesta firmemente por el segmento luxury del turismo de cruceros. Por ello, la remodelación del Muelle de Levante impulsará la llegada de buques de pequeño porte y megayates, perteneciente a este segmento, cuyos pasajeros buscan experiencias exclusivas y personalizadas.

Esta ubicación privilegiada permite que los cruceristas lleguen directamente al centro de la ciudad, contribuyendo así a dinamizar el comercio, la hostelería y las actividades culturales. Igualmente, ofrece un balcón privilegiado a la ría de Huelva y al Paraje Natural Marismas del Odiel, Reserva de la Biosfera.

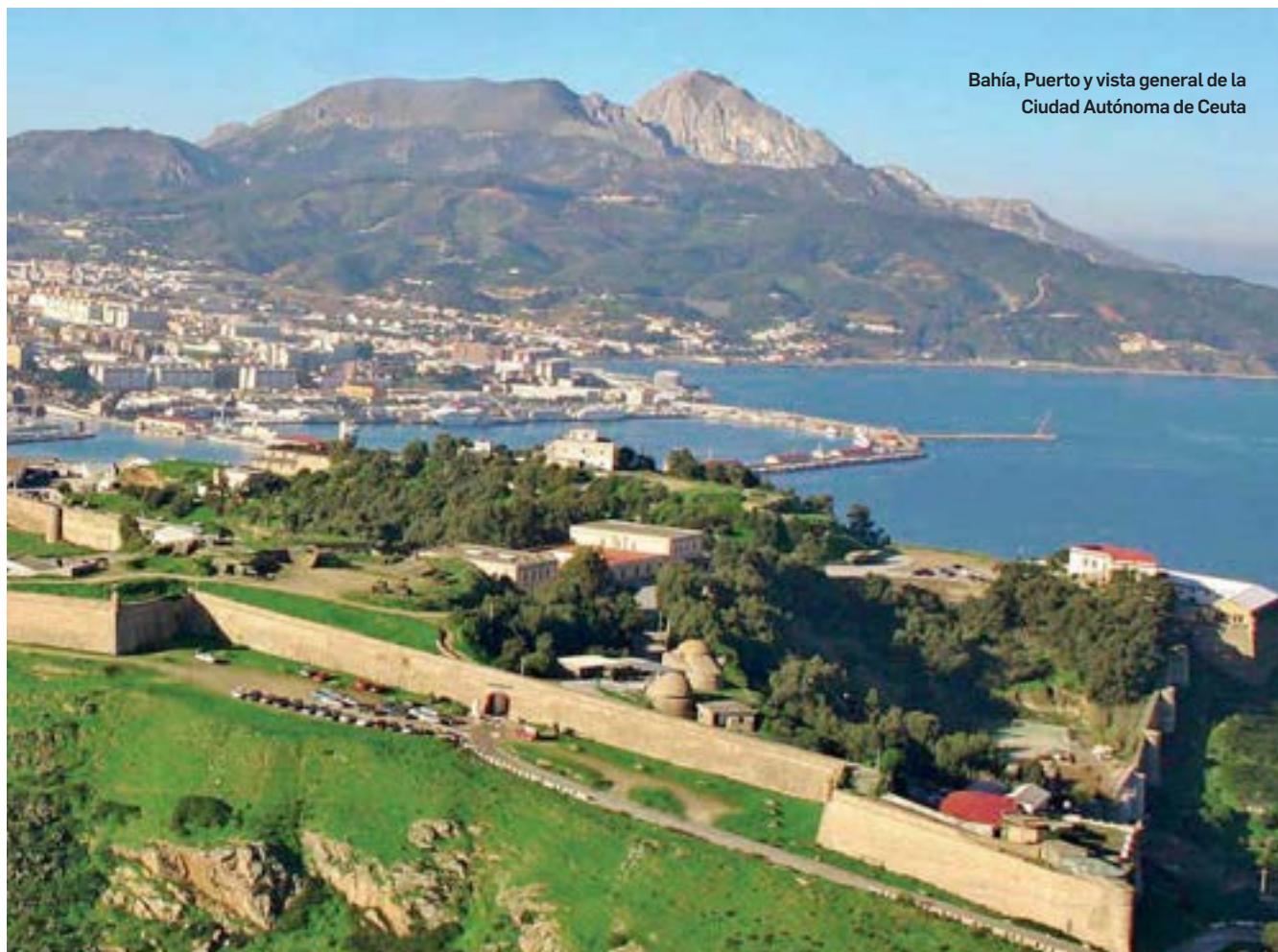
CONEXIÓN MARÍTIMA HUELVA-CANARIAS

Otro de los pilares de la presencia en FITUR es el refuerzo de las conexiones marítimas Huelva-Canarias, operadas desde la moderna terminal de pasajeros del Muelle Sur, donde se ha puesto en marcha una nueva doble rampa Ro-ro, que unida a la ya existente, permite operar a cuatro buques tipo ferry a la vez, facilitando la operativa portuaria.

Durante su participación en el certamen, los representantes del Puerto de Huelva mantendrán reuniones con navieras de cruceros, compañías de pasaje y touroperadores. El objetivo común se centrará en atraer nuevas escalas de cruceros, pasajeros de la ruta Huelva-Canarias y crecer como destino náutico.

El Puerto de Huelva participa en la muestra en el Pabellón 10, dentro del espacio expositivo de Puertos del Estado.

Ven a Ceuta y ahorra 95 euros en tu viaje con 'Ceuta Emociona'



Bahía, Puerto y vista general de la Ciudad Autónoma de Ceuta

El programa consiste en la concesión de ayudas directas a las agencias de viaje de Ceuta para la comercialización de paquetes turísticos que incluyen transporte marítimo, alojamiento y descuentos en restauración, contribuyendo a estimular la llegada de visitantes y el consumo en el sector turístico.

Esta iniciativa se materializa mediante unos talonarios descuentos disponibles para los visitantes a la ciudad.

Con "Ceuta emociona" podrás conseguir un ahorro total de hasta 95 € en tu viaje. Obtendrás descuentos exclusivos en transporte, restauración, y hasta en 3 noches de alojamiento.

El programa está activo hasta el 31 de diciembre de este año pero se reactivará en enero de 2026. Pueden consultar todo en www.turismodeceuta.com o en el teléfono 856 200 560.

PASO 1

Elige dónde quieras dormir. Ceuta posee una oferta hotelera variada para que elijas el establecimiento que mejor se ajuste a tus gustos.

Desde hoteles modernos en el centro hasta alojamientos rurales en plena naturaleza.

Los descuentos serán los siguientes:

- 1ª noche: descuento de 10 € por persona
- 2ª noche: descuento de 15 € por persona
- 3ª noche: descuento de 25 € por persona

Los establecimientos acogidos a esta promoción son:

-Complejo Rural Miguel de Luque: El máximo confort en un enclave único gracias a un gran entorno rural, en el que podrán gozar de un periodo de máxima desconexión.

-Hércules Boutique Hotel: Alojamiento en el centro comercial y turístico de la Ciudad Autónoma de Ceuta. Atención personalizada con un estilo y carácter propio.

-Hotel Ceuta Puerta de África: La mejor opción para descubrir y conocer Ceuta gracias a su excelente ubicación y a sus completas y confortables instalaciones.

-Oh Nice Revellín: Hotel Boutique de diseño en el centro de Ceuta. 29 habitaciones únicas, todas diferentes y decoradas de manera independiente.

-Oh Nice Ulises: En el corazón de la ciudad,

en pleno centro histórico y comercial. Con todos los servicios que imagines y las comodidades que te mereces.

-Hotel Parador La Muralla: En un lugar privilegiado está el Parador, un moderno edificio adosado a las antiguas Murallas Reales, ubicado en el centro de la urbe.

-Hostal Central: En el centro de Ceuta, en el Paseo del Revellín, la calle más importante de la ciudad, donde se ubican los principales comercios.

-Hostal Plaza Ruiz: Uno de los mejores Hostales de la ciudad de Ceuta, situado en pleno centro histórico.

PASO 2

¿Qué vas a comer? Ceuta posee una oferta gastronómica inigualable gracias a la mezcla de culturas y la cercanía de dos mares, el Mediterráneo y el Atlántico. No encontrarás nada mejor.

Descuento disponible: 15 € en restauración

-Tapería El Rincón de Rosi: una tapería situada en pleno centro de Ceuta (Calle Daoiz 5) que ofrece tapas y cocina mediterránea en

un ambiente acogedor y desenfadado, destaca por su buena comida, trato amable y variedad de platos, ideal para tapear con amigos o en familia.

-Ítaca Gastro Restaurante: un restaurante-gastro-arrocería ubicado en C. Camoens 5 (51001 Ceuta). Se distingue por sus arroces creativos—melosos, secos o caldosos—, su cocina de autor con productos frescos y un ambiente cuidado y acogedor, ideal para cenas de calidad o celebraciones.

-Restaurante Varadero: un restaurante de estilo marinero ubicado frente al helipuerto en Ceuta, con decoración de madera, terraza de verano y salones interiores ideales para comidas familiares o con amigos. Destaca por su cocina tradicional centrada en pescado y marisco fresco —con especialidades como pulpo o parrilladas—, buen ambiente, atención amable y precios razonables.

-Grand Cru de Algo más que vinos: Algo más que Vinos dio origen a este restaurante, que destaca en Ceuta por su cocina creativa de mercado acompañada de una de las mejores cartas de vinos de la ciudad — muchos de los cuales pueden pedirse por copa, con maridajes recomendados por su sumiller.

-La Terraza de Menchu: un bar-tapería céntrico en Ceuta (Calle Obispo Barragán 13/Paseo Eduardo Gallardo 13) conocido por sus tapas generosas, pinchos morunos, pulpo a la plancha y variedad de pescados y mariscos. Con un ambiente animado, buena relación calidad-precio y una terraza popular entre locales y visitantes.

-Restaurante La Barraca: un restaurante-marisquería clásico de Ceuta, ubicado en el Parque Marítimo del Mediterráneo, conocido por su larga trayectoria (desde 1980) y por su cocina centrada en pescados y mariscos frescos al carbón. Ofrece un ambiente relajado con terraza, comedores amplios para grupos o familias, y una carta variada — desde tapas y marisco hasta platos de pescado a la plancha — ideal para comer bien en un entorno agradable.

-La Esquina Ibérica Mesón: está en pleno centro de Ceuta (Calle Jáudenes 6) y es conocido por sus abundantes tapas, montaditos e ibéricos acompañados de una buena selección de vinos. Destaca por su ambiente animado, trato amable y precios asequibles, lo que lo convierte en una opción popular tanto para un tapeo informal como para una comida relajada en terraza o interior.

-La Fábrica: situada en Plaza Rafael Gibert 24 (en la Plaza Vieja de Ceuta), es un gastrobar que combina tapas clásicas, raciones de pescado y marisco, y cerveza artesana local—muy valorado por su ambiente relajado y raciones generosas. Destaca su cocina creativa en eventos especiales — como la tapa de “milhojas de manzana, queso, morcilla y pistachos” presentada para una ruta gastronómica — lo que lo convierte en una opción interesante para quienes buscan algo más allá del tapeo tradicional.

-Van Gogh Gastro Pub: gastro pub céntrico con tapas y platos de estilo informal; destacan



los pinchitos, cazón y pulpo, aunque la paella no siempre convence; ambiente agradable y precio razonable.

Grano & Carbón: restaurante del Parque Marítimo del Mediterráneo especializado en arroces y cocina a la brasa; ideal si buscas arroz negro o platos a la brasa en un entorno relajado.

-Restaurante Parador La Muralla: cocina de fusión entre influencias ceutíes, andaluzas y marroquíes, con pescados, mariscos y platos como arroz caldoso, pez espada o tajín; ambiente elegante con vistas al jardín.

-Terrazas del Cielo: Restaurante terraza en la primera planta del complejo del Parque Marítimo, con cocina mediterránea moderna, ambiente ideal para cenas o copas y vistas al mar.

-Dylan Café: café restaurante informal en pleno centro, con carta variada y ambiente relajado; buena opción para tapas, comidas asequibles y un tardeo tranquilo.

-La Zalamera.

-Mesón El Campo.

-Vips Ceuta: cadena ideal para desayunos, comidas o cenas informales con familia o amigos; menú sencillo con hamburguesas, ensaladas y bocadillos.

PASO 3

Contrata tu viaje a Ceuta con una de las agencias de viajes participantes. Ellas se encargarán de organizarlo todo y hacer que tu experiencia en Ceuta sea única. Ellas conocen todos los secretos y lugares mágicos que podemos ofrecer.

Descuento disponible: 30 € en transporte

-Viajes Trujillo: agencia clásica de Ceuta con varias oficinas (incluida la Estación Marítima); ofrecen gestión de billetes, paquetes, viajes y atención personalizada.

-Dinamar Agencia de Viajes: agencia local con servicios integrales: reservas, transporte marítimo, paquetes turísticos y excursiones; buen apoyo para viajes a Ceuta o viajes combinados.

-Ilu Viajes: incluida recientemente en el programa turístico de la ciudad ofrece viajes organizados y paquetes turísticos promocionados

-Traveldun Agencia de Viajes: agencia que declara especialización en destinos árabes y Oriente Medio, ideal si buscas viajes fuera de los circuitos habituales.

-Destinarium Viajes: para una comunicación agilidad se puede contactar desde el siguiente correo: abenitez.ab@gmail.com

-Avemar Turismo: agencia de Ceuta con trayectoria de más de 20 años, dedicada a la intermediación y organización de viajes; empresa registrada oficialmente y con actividad continua en el sector.

-Natura Travel.

-Viajes Mustafa: se trata de una agencia local ideal si buscas ofertas para Ceuta u otras rutas desde la ciudad.



Rincón de la Victoria, un destino para todo el año

Carmen Meléndez

DURANTE décadas, Rincón de la Victoria fue conocido como ese municipio tranquilo junto al mar que muchos elegían para pasar unos días de sol y playa. Hoy, este concepto ha cambiado radicalmente, dando paso a un destino turístico integral, capaz de seducir al visitante durante los doce meses del año y de reivindicar una identidad propia dentro de la Costa del Sol. Así, la ciudad malagueña se presenta como ejemplo de transformación turística basada en una estrategia clara: poner en valor su patrimonio, diversificar la oferta y romper definitivamente con la estacionalidad.

Con casi ocho kilómetros de litoral, por supuesto, el sol y la playa siguen siendo uno de los grandes atractivos de Rincón de la Victoria. Sin embargo, a este se une una oferta que combina cultura, historia, naturaleza, deporte y gastronomía. Uno de los pilares de esta transformación es su patrimonio histórico y cultural, encabezado por lo que el Ayuntamiento define como el “tridente patrimonial”. La Cueva del Tesoro, única de origen marino visitable en Europa, es una de las tres existentes en el mundo, se ha convertido en un símbolo y en un reclamo internacional, avalado por el prestigioso Traveler's Choice Award. A escasos metros, la

La Cueva del Tesoro, única de origen marino visitable en Europa, es un reclamo internacional



Cueva de la Victoria ofrece una experiencia diferente, ligada al turismo activo y deportivo, donde el visitante puede adentrarse en un espacio con pinturas rupestres de más de 30.000 años. Completa este conjunto Villa Antíopa, un yacimiento romano del siglo III d.C. recuperado y abierto al público que permite viajar al pasado de la zona. A ello se suman otros enclaves, como las torres almenara y una antigua casa fuerte (Bezmiliana) reconvertida en uno de los centros expositivos más relevantes de la provincia.

La evolución turística también se refleja en la mesa. El tradicional pescado frito y el pescado a orillas del mar siguen siendo señas de identidad, pero la propuesta gastronómica ha crecido y se ha diversificado gracias al impulso de empresarios locales y al apoyo municipal. Actualmente, Rincón de la Victoria ofrece una cocina capaz de atraer a un público cada vez más exigente.

Por otro lado, uno de los grandes valores diferenciales del municipio es su equilibrio entre costa y montaña y un calendario cultural que refuerza la idea de un destino activo los doce meses. Un ejemplo de ello, en septiembre, Benagalbón -el único núcleo de ‘pueblo blanco’ del municipio- acoge el Concurso Tradicional de Verdiales, una cita multitudinaria que celebra una de las expresiones musicales más auténticas de Málaga. Y durante el verano, el auditorio municipal se llena de vida con el festival Noches de Verano, que ofrece conciertos todos los fines de semana entre junio y septiembre o el también Festival de Música Internacional Cueva del Tesoro.

Sin duda, Rincón de la Victoria es un destino para descubrir, disfrutar y repetir. Un municipio que ha sabido reinventarse sin perder su esencia. Para más información: www.turismoenrincon.es

Tarifa, un destino para vivirlo: camino a la excelencia



TARIFA llega a FITUR 2026 con un mensaje claro y renovado: la ciudad no es solo un lugar para visitar, sino un destino para vivirlo plenamente. Situada en el punto continental más meridional de Europa, donde se encuentran el Atlántico y el Mediterráneo, Tarifa se presenta como un espacio vital, diverso y auténtico, capaz de inspirar a quienes la descubren y de acoger a quienes deciden quedarse. Su propuesta es firme: Tarifa es un destino para disfrutar los doce meses del año, un lugar que mantiene su esencia y su energía en cada estación.

Tarifa se presenta en FITUR como destino para vivir y disfrutar

La riqueza natural del municipio es uno de sus grandes pilares. Sus playas infinitas y sus vienes singulares la han convertido en referencia internacional para los deportes de deslizamiento, pero su atractivo va mucho más allá del verano. Los parques naturales que la rodean, las rutas de senderismo que atraviesan paisajes únicos, el avistamiento de aves migratorias y la observación de cetáceos convierten a Tarifa en un escenario privilegiado para quienes buscan naturaleza, bienestar y equilibrio. Cada día del año ofrece una oportunidad distinta para conectar con un entorno que es orgullo y responsabilidad compartida.

A esta diversidad ambiental se suma una identidad cultural profundamente marcada por su condición de cruce de caminos. Tarifa es un punto de encuentro entre continentes, mares y tradiciones. Pasear por sus calles es recorrer siglos de historia, convivencia e intercambio. Europa y África dialogan en su arquitectura, en sus costumbres y en la hospitalidad de su gente. Esa mezcla convierte a Tarifa en un lugar abierto, diverso y acogedor, donde cada visitante encuentra

un espacio para sentirse parte de la comunidad.

Pero Tarifa no solo destaca por su belleza o su historia. También es un territorio de oportunidades. Deportistas de élite entran aquí durante todo el año; profesionales remotos encuentran inspiración y calidad de vida; emprendedores locales impulsan proyectos innovadores; y empresas nacionales e internacionales apuestan por invertir y generar empleo. Tarifa se ha consolidado como un lugar fértil para los sueños, un espacio donde construir, crear y proyectar futuro.

Sin embargo, este potencial extraordinario exige avanzar hacia un modelo de excelencia. La Delegación de Turismo del Ayuntamiento de Tarifa acude a FITUR 2026 con una visión estratégica clara: fortalecer alianzas, captar financiación y mejorar infraestructuras y servicios para responder a las necesidades del visitante contemporáneo y de la ciudadanía. La excelencia turística no puede desligarse de la calidad de vida de quienes habitan el municipio. Cada inversión debe traducirse en mejores servicios públicos, movilidad más eficiente, accesibilidad real y espacios urbanos pensados para convivir.

Tarifa aspira a consolidarse como un destino competitivo, sostenible y preparado para los retos del futuro. Y ese camino solo es posible desde la cooperación entre administraciones, empresas y ciudadanía. FITUR 2026 se convierte así en un espacio de encuentro y construcción conjunta, donde Tarifa reafirma su compromiso con un desarrollo equilibrado que preserve su esencia y potencie sus oportunidades.

Porque Tarifa no se limita a ser visitada: Tarifa se habita, se vive y se siente profundamente. Y lo hace los 365 días del año, con una identidad que combina tradición y modernidad, naturaleza y cultura, comunidad y futuro. En este camino hacia la excelencia, la ciudad invita al mundo a descubrir un destino que inspira a quedarse y a formar parte de él.





Arrecifes, acantilados y un entorno mágico con un patrimonio natural sorprendente



PULPÍ, primera población litoral andaluza por el Mediterráneo; enmarcada en los límites de Murcia y Almería, constituye uno de los paisajes más pintorescos y paradisíacos de nuestra geografía. Este municipio almeriense está compuesto por cinco pedanías. Destaca por su singular belleza la población costera de S. Juan de los Terreros; arrecifes, acantilados, calas, playas y lugares con un encanto mágico como son la playa fósil de los Nardos o la Cala de los Cocedores, hacen gala de un patrimonio natural sorprendente. Merece una especial visita su Castillo, do-



tación defensiva del S. XVIII que hoy se erige majestuoso como centro de interpretación del litoral y como atalaya de lujo desde la que contemplar la bahía de Terreros, y uno de los atardeceres más bellos del Mediterráneo. Desde allí mismo se divisan las atractivas formaciones rocosas del municipio y a vista de pájaro se puede disfrutar de las dos islas de este municipio como son: Isla Negra e Isla de Terreros, ambas Monumento Natural.

Un poco más en el interior se encuentra el magnífico enclave minero de Pilar de Jaravía, en el que destaca la Mina Rica, pero

sobre todo cabe resaltar el tesoro cristalino de Pulpí, la Geoda: una formación única que constituye la geoda visitable más grande del mundo. En Pulpí se encuentra, también, la sala Pintor Pedro Antonio Martínez que lleva el nombre de

este importante e influyente artista pulpilleño. La galería recoge más de una quincena de obras de arte que el Ayuntamiento de Pulpí ha ido adquiriendo desde el año 1993 para crear esta exposición de cuadros.

En la zona interior, famosa por sus cultivos de temporada se puede disfrutar en Pulpí de la Iglesia de San Miguel y su espectacular Retablo. El Merendero y Centro Etnográfico de Benzal, El Mirador del Apartadero, o El Jardín Botánico de La Fuente.

Fiestas, tradiciones como el Toro de fuego o La Vieja, su gastronomía y sobre todo su gente hacen de Pulpí un destino irrepetible y un placer para los sentidos.

El Interior



AEROPUERTOS

Málaga, un récord que indica el camino

Pablo Laynez

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha despedido el año con récord tanto de operaciones como de pasajeros (más de 25 millones en 2025). Es, sin duda, la mejor noticia en el apartado de comunicaciones, puesto que indica la importancia que tiene esta infraestructura tanto para el turismo como para viajes de índole laboral o para transporte de mercancías.

Este aeropuerto se ha convertido en un referente tanto para el destino Andalucía como para otros cercanos que utilizan la instalación por su importancia logística. Málaga-Costa del Sol marca el camino para los otros cinco aeródromos andaluces, principalmente de aquellos que tratan de recuperar los datos prepandemia.

Con respecto a los datos del aeropuerto malacitano, entre enero y noviembre del pasado año (último dato estadístico publicado), 25.079.281 pasajeros transitaron por el aeropuerto malagueño, lo que supone un repunte del 7,4% respecto al mismo periodo de 2024. De los 25.040.267 usuarios que viajaron en vuelos comerciales, 4.150.661 tenían origen o destino en territorio nacional (un 5,9% más que en las mismas fechas del año pasado) y 20.889.606, en el extranjero (+7,8%). Durante el periodo tomado como referencia, la infraestructura malagueña gestio-



Turistas en el aeropuerto de Málaga hacen cola a la espera de su turno para facturar.

RESTO DE AEROPUERTOS

Sevilla

Volverá a tener en 2025 un ejercicio récord; el tercero consecutivo, después de batir sus máximos históricos también en 2023 y 2024. El buen comportamiento de su actividad durante 2025 -más de 8,8 millones de pasajeros hasta noviembre, con un repunte del 5,3% respecto al mismo periodo del año anterior- ha obedecido, en gran medida, al fuerte dinamismo que ha mantenido el mercado internacional, con crecimientos de dos dígitos a lo largo de todo el año.

Almería

Continúa recuperando registros y acortando distancias con los volúmenes que gestionaba antes de la pandemia -hasta noviembre de 2025, se han contabilizado cerca de 760.000 pasajeros-. En su crecimiento sostenido ha tenido un peso importante el tráfico foráneo y, en este sentido, la incorporación de nuevas rutas regulares con Reino Unido que contribuirán a desestacionalizar el turismo en la provincia.

Granada-Jaén

El Aeropuerto Federico García Lorca terminará 2025 con más de un millón de pasajeros, de modo que superará esta barrera psicológica por segundo año consecutivo. La mejora de las cifras obedece a la contribución del mercado nacional -aporta el 94% de la actividad del aeropuerto-, pero también a la reciente incorporación de sendas rutas internacionales con Ámsterdam y Nantes. La pandemia pasó una importante factura a las conexiones foráneas en este aeropuerto, que en 2019 disponía de vuelos con ocho destinos de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido. Tanto Aena como Turespaña y las instituciones locales encargadas de la promoción turística y de negocios del destino Granada-Jaén trabajan con denuedo por recuperar el tráfico internacional.

Jerez

El tráfico del Aeropuerto de Jerez se ha visto afectado este año por la decisión de Ryanair de cancelar las rutas que operaba en estas instalaciones. Pese a ha-

cerlo poco antes de que arrancara la temporada de verano y, por tanto, con muy poco margen para que otras aéreas se plantearan cubrir el hueco que la irlandesa dejaba, Jet2, Volotea, TUI Poland o Eurowings pusieron de manifiesto el potencial que continúa teniendo el destino Cádiz, con el estreno de seis nuevas rutas para dicha temporada. Otras compañías, como Vueling o Binter, aumentaron las frecuencias de las conexiones que ya operaban en el Aeropuerto de Jerez.

Córdoba

Ha tenido en 2025 un año histórico, casi no tanto por la cifra de pasajeros (que también, por supuesto) como por el hecho de que tres compañías aéreas, Vueling, Binter y Air Nostrum, hayan operado en sus instalaciones rutas comerciales regulares con Barcelona, Gran Canaria y Palma de Mallorca -esta última, sólo en temporada de verano-. Este aeropuerto llevaba más de 15 años sin vuelos comerciales, por lo que esta realidad supone todo un hito.

nó 174.333 vuelos, de los que 171.526 fueron comerciales (+7,1%).

Captación de tráfico

Aena, como gestora de los aeropuertos andaluces, no ha dejado de trabajar en la mejora de la conectividad aérea. Y lo hace a través de varias líneas de actuación:

- Contacto continuo con las instituciones y entidades locales encargadas de la promoción turística y de negocios de los destinos a los que sirven sus aeropuertos, a través de las mesas técnicas provinciales de conectividad.

- Reuniones periódicas con las compañías aéreas, tanto en el marco de ferias internacionales de referencia como en el día a día.

- Trabajo en materia de marketing aeroportuario, con la elaboración de casos de negocio para identificar rutas con potencial y captar la atención de las aerolíneas, además de otras medidas de apoyo a estas compañías.

- Programas de incentivos especialmente favorables para los aeropuertos de menos de tres millones de pasajeros anuales y que aún no hubieran recuperado los registros prepandemia, entre ellos, los de Almería, Jerez, Federico García Lorca Granada-Jaén y Córdoba.

- Infraestructuras que permitan tener escalas cada vez más eficientes y las mejoras que se han ido acometiendo en los aeropuertos andaluces durante los últimos años han estado muy enfocadas a ese objetivo, reforzando la agilidad y comodidad en los diferentes procesos aeroportuarios.





Antiguo tren utilizado en el pasado minero de la zona

Las Minas de Riotinto, un legado minero único

Pilar Pereira

AS Minas de Riotinto, patrimonio universal de la provincia de Huelva, constituyen uno de los enclaves mineros más singulares del planeta. Al hablar de ellas, además de la espectacularidad de su paisaje, donde destacan sus enormes cortas a cielo abierto y sus tonalidades rojizas que parecen de otro mundo, también debemos mencionar que en este territorio la actividad minera se ha mantenido de forma casi ininterrumpida durante unos 5.000 años. Este dato convierte a Riotinto en la mina en activo más antigua del mundo.

Desde la Antigüedad, diferentes civilizaciones han explotado la riqueza mineral de Riotinto. Tartesios, romanos, árabes y, más tarde, británicos, encontraron en esta zona un filón de cobre, plata y otros minerales estratégicos. Los romanos desarrollaron avanzadas técnicas de extracción, mientras que en el siglo XIX la llegada de capital británico transformó radicalmente el territorio, introduciendo una minería industrial moderna que dejó una profunda huella en el paisaje, la arquitectura y la sociedad local. Ferrocarriles, barrios obreros y grandes infraestructuras mineras surgieron en torno a la explotación, configurando una identidad propia que aún hoy define a la comarca.

No en vano, el entorno de Riotinto es uno de los más impactantes de España.

La acción minera ha dado lugar a un paisaje casi marciano, con suelos de tono rojo, ocre y anaranjado



La acción minera ha dado lugar a un paisaje casi marciano, con suelos de tono rojo, ocre y anaranjado, atravesados por el río Tinto, cuyas aguas ácidas y cargadas de minerales han despertado incluso el interés de la comunidad científica internacional. La NASA ha estudiado este ecosistema extremo como posible análogo de las condiciones de Marte, lo que añade un valor científico excepcional a un espacio ya de por sí único.

Asimismo, con el objetivo de preservar y difundir este legado, nació el Parque Minero de Riotinto, considerado el primer destino de turismo minero de España. El parque ofrece al visitante la posibilidad de recorrer minas a cielo abierto, viajar en un ferrocarril minero histórico, visitar el Museo Minero y adentrarse en la Casa 21, una vivienda de estilo victoriano que recrea la vida de los directivos británicos. Cada año, alrededor de 100.000 personas se acercan a Riotinto atraídas por una propuesta turística que combina

historia, industria, cultura y naturaleza.

Lejos de ser un espacio anclado en el pasado, Riotinto es también un ejemplo de minería contemporánea. En la actualidad, la actividad extractiva continúa de la mano de Atalaya Mining, que desarrolla un proyecto basado en la innovación tecnológica y la sostenibilidad. La convivencia entre una mina en pleno rendimiento y un parque turístico convierte a Riotinto en un caso prácticamente único, donde el visitante puede observar cómo se obtiene hoy el concentrado de cobre, un metal imprescindible para la vida cotidiana y la transición energética.

RIOTINTO EXPERIENCE, MINERO POR UNDÍA

En este contexto nace Riotinto Experience, una iniciativa que permite conocer de una forma inédita el corazón de la mina activa. Grupo Joly ha puesto en marcha un concurso que sortea tres bonos dobles para vivir esta experiencia minera real. La visita, de unos 90 minutos, se realiza en vehículos todoterreno y permite acceder a zonas donde la minería actual se mezcla con vestigios de civilizaciones pasadas, ofreciendo una visión completa de la evolución histórica y tecnológica de Riotinto.

El premio, además de un completo recorrido por la mina, incluye también la visita al ferrocarril minero, el Museo Minero y la Casa 21, completando así una inmersión total en el universo de Riotinto. El plazo de participación finaliza el 30 de diciembre y los bonos podrán utilizarse hasta abril de 2026. Más allá del sorteo, Riotinto Experience refuerza la idea de que este enclave es uno de los mejores museos al aire libre de los que disponemos en la comunidad, un patrimonio vivo que sigue escribiendo su historia bajo la tierra de Huelva.

La Alpujarra, tierra de rutas y senderos



Macarena González

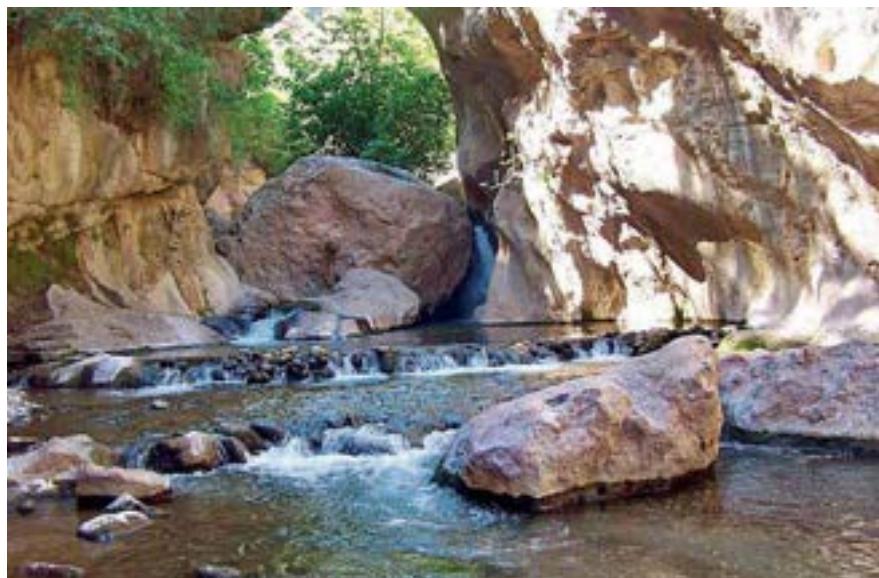
La provincia de Almería es tierra de senderos. Más allá de su imagen desértica y costera, el interior almeriense guarda uno de los mayores tesoros naturales en la vertiente oriental de Sierra Nevada y la Alpujarra almeriense, un mosaico de montañas, castaños, acequias centenarias y pueblos blancos donde caminar es la mejor forma de viajar. De entre la amplia red de itinerarios señalizados, la zona cuenta con cinco senderos imprescindibles para descubrir la esencia de la naturaleza almeriense a través del deporte al aire libre.

La subida al Chullo (2.611 m), el techo de la provincia de Almería, es una experiencia inolvidable de 15 kilómetros para los amantes del senderismo de montaña. La ruta parte de Bayárcal y asciende entre pastizales de alta montaña, pinos y amplias panorámicas que, en días claros, permiten divisar el Mar Mediterráneo.

La Senda del Agua – Castaño de Paterna, en Paterna del Río, con 12 km de itinerario, hace un viaje por el paisaje cultural de la Alpujarra. La senda recorre antiguas acequias, fuentes y un espectacular castaño, especialmente sorprendente en otoño. El murmullo constante del agua acompaña al senderista a lo largo de un recorrido amable, ideal para comprender cómo la mano del hombre ha sabido convivir durante siglos con la montaña.

El Sendero de los Tres Pueblos une Almócita, Padules y Beires a través de antiguos caminos rurales, bancales y zonas en las que antiguamente se cultivaba la Uva de Mesa. Es un sendero perfecto para quienes buscan combinar naturaleza, etnografía y gastronomía local, con continuas vistas sobre el valle del Andarax.

El Sendero de Río Chico (PR-A 249) es una ruta circular de 8,3 km que parte desde



Ohanes y se adentra en el agreste valle formado por el río del mismo nombre, ofreciendo un recorrido muy completo por la Alpujarra almeriense. A lo largo del camino se atraviesan antiguas cortijadas en ruinas, encinares, pinos y frondosas zonas de vegetación de ribera, con buena parte del traza-

do en altura, lo que permite disfrutar de magníficas vistas sobre Canjáyar, el valle del Andarax y la Sierra de Gádor.

Completa esta selección la Senda de la Hidroeléctrica, entre Laujar y Bayárcal, de 9 km. Se trata de un sendero que combina naturaleza e historia, siguiendo el trazado de antiguas instalaciones vinculadas al aprovechamiento del agua. El recorrido discurre entre barrancos, cursos fluviales y una vegetación abundante, mostrando una Sierra Nevada más íntima y menos conocida.

Así, Sierra Nevada y la Alpujarra Almeriense conforman un destino privilegiado durante todo el año, donde cada ruta cuenta una historia en un paisaje invita a detenerse.



Baño árabe de la provincia, ideal para unas horas de relajación

Agua y memoria termal

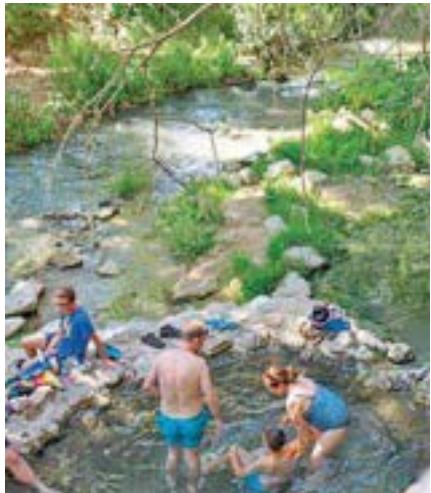
GRANADA acoge una de las mayores concentraciones de balnearios históricos, baños árabes y enclaves termales de Andalucía, situados entre valles, montañas y ciudades con un importante legado cultural. Manantiales medicinales, circuitos de agua, tratamientos termales y arquitectura nazarí dibujan el mapa de una provincia donde la cultura del agua se entrelaza con la historia y el turismo de salud.

Desde balnearios centenarios hasta restauraciones de antiguos hammams, la provincia ofrece una amplia oferta de espacios donde la tradición termal se mantiene, integrando las exigencias modernas de bienestar y salud. Actualmente, esta red de instalaciones recibe visitantes nacionales e internacionales que buscan recuperar el contacto con prácticas ancestrales de hidroterapia y relajación.

El Balneario de Lanjarón, ubicado en plena puerta de las Alpujarras, constituye uno de los centros termales más conocidos de Granada y España. Sus seis manantiales de aguas mineromedicinales, activos desde finales del siglo XVIII, han sido reconocidos tanto por especialistas en hidroterapia como por viajeros en busca de salud natural. Especialmente populares en el siglo XIX y XX, en la actualidad el balneario cuenta con instalaciones modernas, zonas de tratamiento personalizado y circuitos termales que aprovechan las particularidades de cada fuente.

El Balneario de Alhama de Granada se asienta sobre un paraje natural único, con aguas termales que emergen desde hace más de dos milenios a más de 40 °C. Restos ar-

Granada destaca por sus balnearios, manantiales medicinales, baños árabes, y circuitos de bienestar



queológicos documentan su uso en época romana, aunque fueron los musulmanes quienes, a partir del siglo XIII, construyeron un conjunto de baños árabes o hammam que aún puede visitarse parcialmente. En la actualidad, el complejo combina tecnología de última generación en salud termal con la preservación de elementos patrimoniales, permitiendo disfrutar de las propiedades mineromedicinales del agua.

En el centro histórico de Granada, la recuperación de baños árabes ha vivido un impulso en los últimos quince años. Instalaciones como el Hammam Al Ándalus, situado junto a la plaza Nueva, fueron pioneras en la reconstrucción estética y funcional de los antiguos hammams, con salas calientes, templadas y frías, bóvedas decoradas y rutas sensoriales. “El murmullo del agua bajo la luz tamizada invita a experimentar una atmósfera íntima y pausada, próxima a la del periodo islámico granadino”, comentan fuentes del complejo. Otros centros similares, como Aire de Granada, intervienen en edificios históricos

del Albaicín para ofrecer recorridos termales y servicios de spa donde el agua es protagonista: desde piscinas de sal hasta baños de vapor aromatizados.

En la comarca de Guadix, los Baños de Graena conservan la estructura de un antiguo hammam nazarí con más de 800 años de historia. Hoy, el recinto integra espacios de hidroterapia moderna con piscinas mineromedicinales y servicios personalizados para el tratamiento de afecciones respiratorias, dermatológicas y reumáticas. Ubicado en un entorno geológico de laderas arcillosas y viviendas troglodíticas, representa un ejemplo de cómo el termalismo ha pervivido en Granada hasta la actualidad, adaptado a las necesidades del turismo de salud y bienestar.

Además de los balnearios mencionados, la provincia alberga manantiales y spas rurales en municipios como Zújar, Cortes y Graena o Santa Fe.

EL DATO

REFERENTE DEL TERMALISMO ANDALUZ

El conjunto de balnearios, baños árabes y manantiales activos refuerza la posición de Granada como destino destacado dentro del termalismo andaluz y nacional en 2025. La integración de servicios de salud, relax, cultura y naturaleza resulta clave para la diversificación del sector turístico provincial. Tanto residentes como visitantes pueden acceder, durante todo el año, a circuitos termales y terapias acuáticas en instalaciones donde el agua se mantiene como símbolo de identidad y enlace entre culturas.

DESCUBRE
TIERRA Rara

ESTA

Rara, porque no existe nada más pequeño
con una historia más grande.



CEUTA.
Menos
de lo
mismo.

Rutas imprescindibles para descubrir la sierra cordobesa

Algunos de los paisajes más emblemáticos de la Sierra Morena



CÓRDOBA refuerza su apuesta por el senderismo y muestra una selección actualizada de rutas que atraviesan algunos de los paisajes más emblemáticos de la Sierra Morena. Estas propuestas, impulsadas a principios de este 2025, consolidan la provincia andaluza como territorio de referencia para turismo activo, naturaleza y actividades al aire libre.

La red de caminos, que arranca en zonas periurbanas y se extiende hasta enclaves naturales menos frecuentados, busca ofrecer un itinerario para cada perfil de excursionista. El ascenso de Albaida a Assuan, uno de los trayectos más transitados desde las inmediaciones de Córdoba capital, permite contemplar la transición entre el entorno urbano y la vegetación autóctona del monte mediterráneo. Tal recorrido aúna desnivel progresivo y vistas panorámicas del entorno natural cordobés, lo que lo ha convertido en una de las opciones favoritas para los aficionados al senderismo moderado.

En contraste, el sendero Santo Domingo aprovecha la sombra y frescura de los arroyos cercanos, ideal para quienes buscan rutas húmedas y sensoriales en cualquier estación. Su trazado permite descubrir especies como alisos, adelfas y sauces, así como disfrutar del rumor del agua incluso en los meses más cálidos, proporcionando una experiencia singular en pleno contacto con la naturaleza local.

El área de Las Jaras y el paseo hasta el río Guadiato dibujan otra alternativa, con pinares, embalses y colinas suaves



que marcan la transición entre la periferia urbana y la Sierra Morena. En los últimos tramos, el entorno fluvial del Guadiato destaca por su tranquilidad y por ofrecer una perspectiva distinta del relieve serrano, subrayando la diversidad ecológica del paisaje.

Para quienes desean adentrarse en áreas menos transitadas, la ruta Secretos ocultos de Sierra Morena puede resultar especialmente atractiva. El senderista encontrará encinas centenarias, caminos históricos y huellas de oficios tradicionales que permanecen en el territorio. Estos elementos refuerzan tanto el valor natural como el patrimonio cultural vinculado a la dehesa cordobesa.

La ruta que conecta Los Villares con Las Jaras es otra propuesta demandada, caracterizada por su trazado entre pistas forestales y miradores naturales. De este modo, la oferta de itinerarios se ajusta a públicos variados, con rutas aptas para caminantes inexpertos y senderistas experimentados, manteniendo en todo momento el atractivo de los paisajes cambiantes de la provincia.

Con la presentación de este mapa, Córdoba reafirma su posición como destino destacado para el senderismo, proporcionando alternativas para explorar tanto las inmediaciones de la capital como los espacios naturales más representativos de su sierra.



El Calabacino: la ecoaldea para disfrutar de la sierra onubense

P. Pereira

En la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, al norte de la provincia de Huelva, existe desde hace décadas una comunidad singular que ha convertido el sueño de una vida en armonía con la naturaleza en una realidad cotidiana. Se trata de El Calabacino, una pequeña aldea, situada a poco más de un kilómetro del municipio de Alájar y rodeada por el Parque Natural del mismo nombre. Su existencia hoy sorprende por su estética serrana intacta, además de por su fuerte apuesta por la vida comunitaria, la sostenibilidad ecológica y la reconstrucción social fuera de los modelos urbanos tradicionales.

El Calabacino, de hecho, tiene raíces históricas antiguas, con presencia documentada desde al menos el siglo XVI, aunque sus orígenes son más antiguos dentro del poblamiento rural medieval de Andalucía. Como muchos núcleos rurales de la España vaciada, sufrió una fuerte despoblación durante gran parte del siglo XX, quedando prácticamente abandonado entre los años cincuenta y setenta como consecuencia del éxodo rural hacia las ciudades. Fue entonces cuando, a partir de finales del siglo XX, comenzaron a llegar nuevos pobladores procedentes de diferentes regiones de España y también del extranjero. Artesanos, agricultores y personas de diversas profesiones llevaron a cabo la repoblación y rehabilitación de las casas en ruinas, inyectando nueva vida en el valle. La llegada de estos repobladores con una visión alternativa de la vida rural, inspirada en criterios ecológicos y comunitarios, transformó gradualmente El Calabacino en un ejemplo de neoruralismo y vida alternativa.

UNA COMUNIDAD EN DIÁLOGO CON LA NATURALEZA

Hoy El Calabacino alberga en torno a un centenar de habitantes, de los cuales una proporción significativa son niños y jóvenes que acuden a centros educativos en los pueblos cercanos. La comunidad practica la

Es una pequeña aldea, situada a poco más de un kilómetro de Alájar y rodeada por el Parque Natural



El Calabacino alberga en torno a un centenar de habitantes



agricultura ecológica en huertos sostenibles, trabaja con materiales naturales en bioconstrucción y promueve la convivencia a través de talleres artesanales, trueque, cocina común y actividades colectivas.

La vida diaria en la ecoaldea se organiza alrededor de valores como el respeto al entorno, la cooperación y la sostenibilidad. Algunas familias comparten recursos y alimentos, y existen iniciativas comunitarias que giran en torno a la permacultura, el uso de energías

renovables y la reducción del impacto ambiental. La comunidad también forma parte de redes de ecoaldeas que conectan experiencias similares en toda España y Europa.

EL DESAFÍO LEGAL Y TERRITORIAL

No obstante, a pesar de su crecimiento y reconocimiento como modelo de vida alternativa, El Calabacino ha enfrentado varios problemas legales importantes. En 2017, la Fiscalía de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía abrió procedimientos contra algunas viviendas de la aldea por presuntas irregularidades urbanísticas derivadas de la falta de adecuación a las normativas de ordenación del territorio propias de un parque natural protegido. Estas denuncias incluyeron sanciones y, en algunos casos, penas que todavía estaban pendientes de resolución varios años después.

Sin embargo, la comunidad ha trabajado junto con el Ayuntamiento de Alájar para impulsar el reconocimiento de El Calabacino como "hábitat rural diseminado de interés social y ecológico", figura que permitiría regularizar la situación de las viviendas y consolidar su estatus legal ante las administraciones autonómicas. Aunque el pleno del Ayuntamiento respaldó esta propuesta, la ratificación final depende de la Junta de Andalucía, lo que mantiene aún abierta la negociación.

El Calabacino atrae a visitantes interesados en el turismo responsable, la observación de la naturaleza, las rutas de senderismo y la permacultura. Su proximidad a la Peña de Arias Montano, un emblemático paraje natural de la Sierra de Huelva, contribuye a convertir la ecoaldea en un destino que combina experiencias de vida y naturaleza.

Santuario del Saliente





La nueva ruta de las acequias medievales de Castilléjar, diseñada por el Laboratorio de Arqueología Biocultural de la Universidad de Granada (MemoLab), recorre 14 kilómetros señalizados que atraviesan antiguos sistemas hidráulicos, patrimonio islámico y paisajes agrarios de interés en la comarca de Huéscar, al norte de la provincia de Granada. Esta iniciativa, desarrollada en el verano de 2024 y homologada por la Federación Andaluza de Montaña, ha contado con la colaboración del Geoparque de Granada, el Ayuntamiento de Castilléjar y varias comunidades de regantes. Todo ello, en el marco del proyecto REVIERTE, financiado por la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO), con fondos europeos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

El sendero, de carácter semicircular y dificultad moderada, inicia su recorrido en la entrada de Castilléjar por la carretera GR-9102, junto a las singulares Cuevas de La Morería, que se identifican como graneros fortificados de época islámica. El itinerario permite a los visitantes conocer de cerca las acequias históricas de los Molinos, las Viñas y Limán, así como sus ramales secundarios de Vente Vacío y Riego Nuevo, algunos de los cuales se remon-

Universidad de Granada y el Geoparque impulsan un sendero de 14 kilómetros por acequias históricas



tan al periodo andalusí. Además, el camino discurre junto al castillo del municipio y numerosos puntos de interés que muestran la evolución del regadío tradicional y su papel clave en el desarrollo local.

El sendero de 14 kilómetros atraviesa vega, badlands y huertas regadas por los ríos Guardal y Galera, articulando el territorio a través de canales de agua que mantienen viva la agricultura de la región desde la Edad Media. La señalización y los paneles informativos, con códigos QR integrados en el trayecto, ofrecen explicaciones detalladas acerca del origen, los métodos de funcionamiento y los usos actuales de estas infraestructuras. Tal y como indican los organizadores, "a través de esta ruta, los senderistas pueden adentrarse en la historia de Castilléjar, sus sistemas de regadío y su patrimo-

nio inmaterial vinculado al agua".

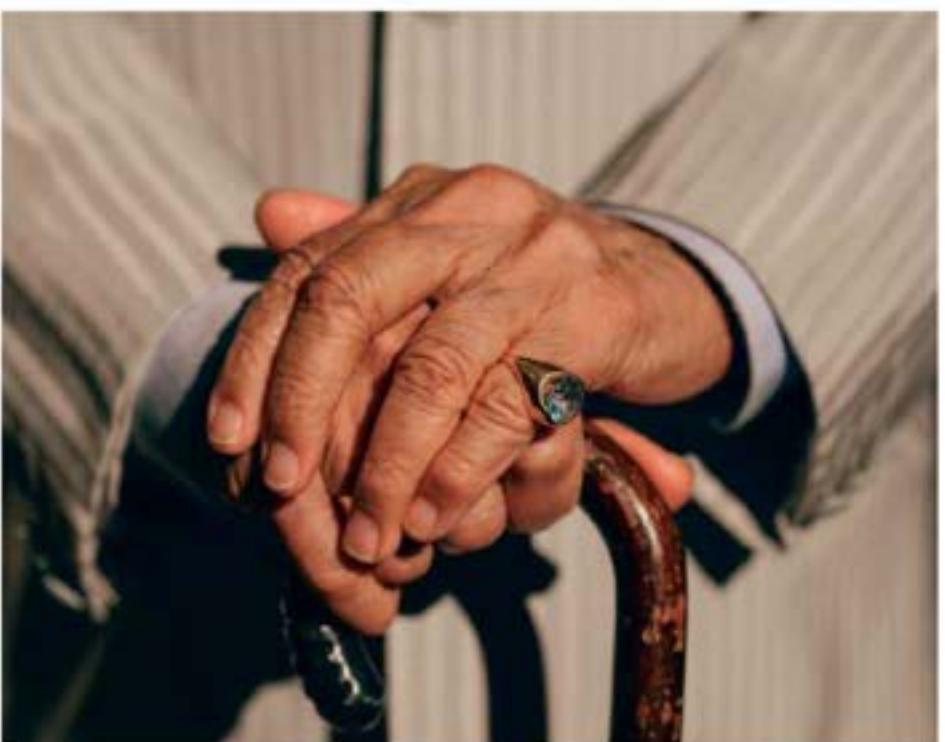
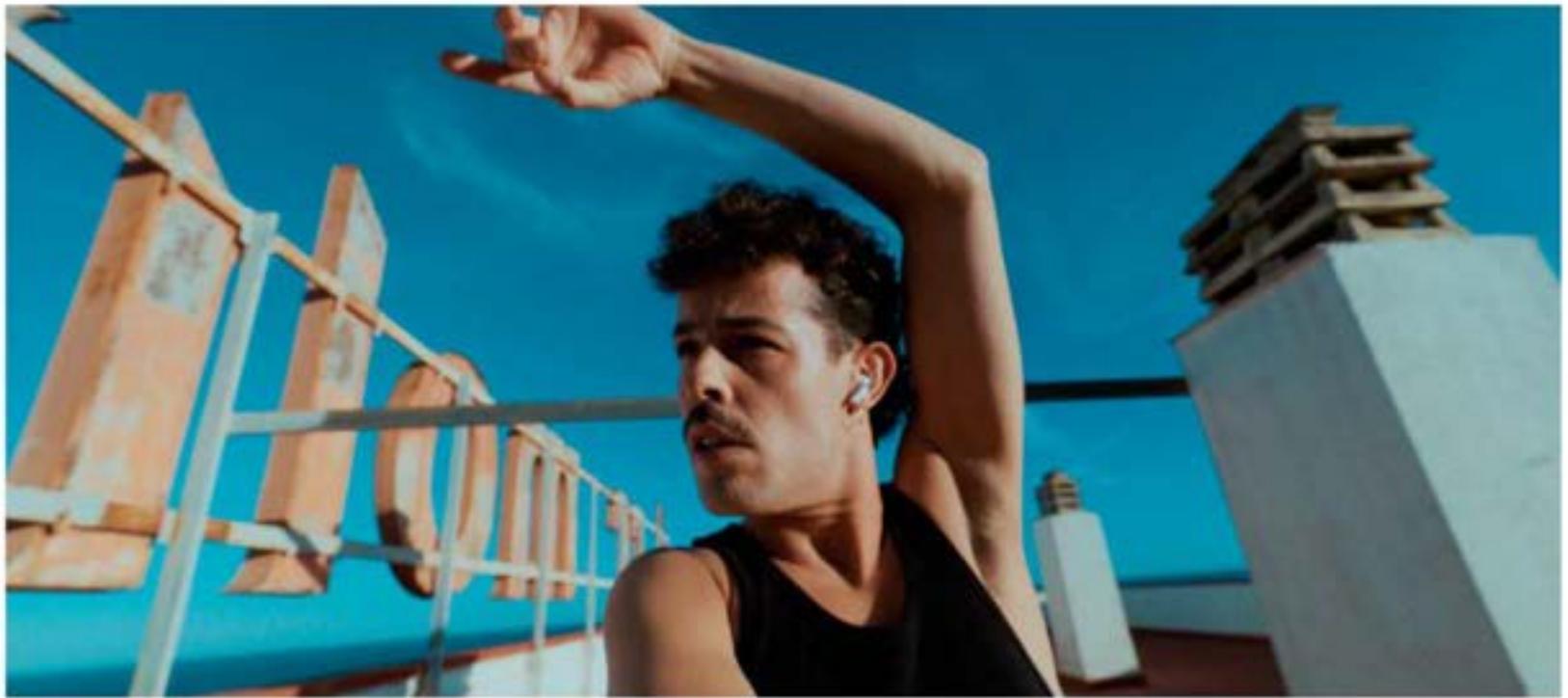
Durante el recorrido, el visitante puede observar diferentes elementos patrimoniales como graneros fortificados, antiguos molinos harineros, presas tradicionales y diversas estructuras hidráulicas que dan testimonio de la ingeniería hidráulica de la época de Al Andalus. El entorno está marcado por la presencia imponente de montañas como La Sagra, la Sierra de Castril y la Sierra de Baza, que superan los 2.000 metros y aportan un impacto visual al itinerario cultural.

El trazado de la ruta responde a los objetivos del proyecto REVIERTE, un plan dirigido al impulso del aprovechamiento forestal sostenible, la valorización del patrimonio histórico y la dinamización rural en el norte de Granada.

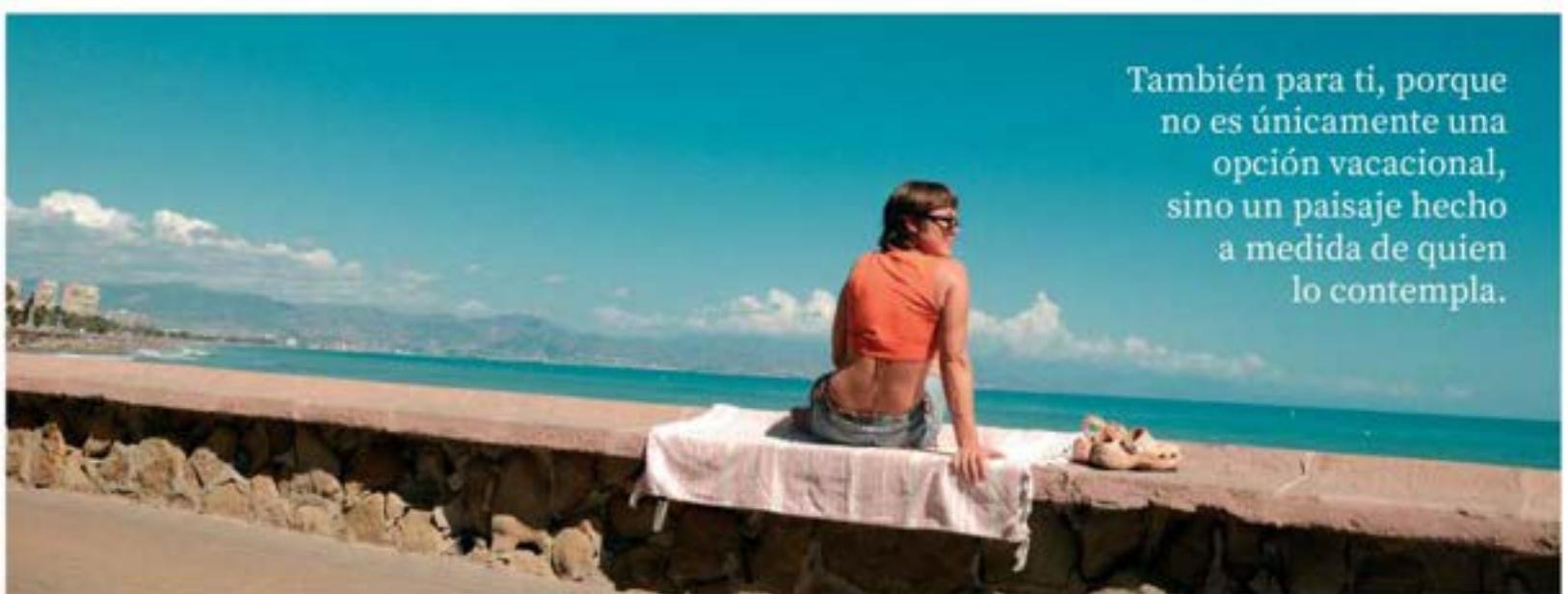
Desconecta, para conectar con lo que importa



Ayuntamiento
de Carboneras



**Hay un Torremolinos
para cada persona.**



También para ti, porque
no es únicamente una
opción vacacional,
sino un paisaje hecho
a medida de quien
lo contempla.

TREMENDO TORREMOLINOS

Te invitamos a recorrer nuestras calles, a sumergirte en nuestra historia,
a disfrutar del momento, a conocer a quienes lo habitamos.



ESPECIAL
TORREMOLINOS
EL DÍA DE LOS PUEBLOS

Sierra Norte: la comarca secreta de la que habla National Geographic

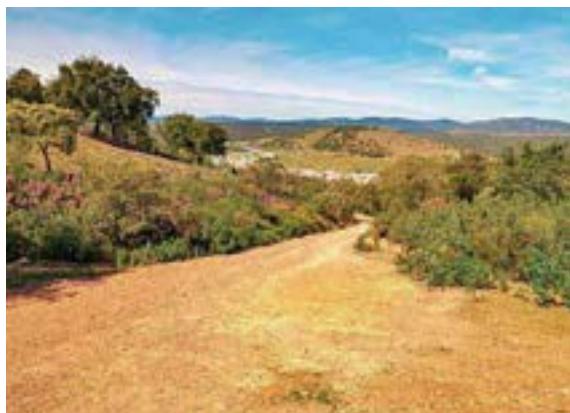
La Sierra Norte de Sevilla, enclave destacado en la provincia hispalense, ha captado recientemente el interés internacional tras ser seleccionada por National Geographic como uno de los destinos con mayor encanto rural, reconocimiento impulsado por la singularidad de sus paisajes y la consolidada tradición vitivinícola que le distingue desde el siglo XV. Esta región, integrada en la Sierra Morena y al norte de la provincia, es conocida tanto por el atractivo de sus pueblos como por su papel histórico en la producción de vinos y destilados andaluces.

Las comarcas vitivinícolas de Sevilla cuentan con una amplia variedad de zonas reconocidas por sus caldos, principalmente el Aljarafe y la Campiña.

Sin embargo, la Sierra Norte se desmarca del resto debido a su rico entorno natural y la profundidad de sus raíces bodegueras. National Geographic destaca que en el siglo XIX existían en esta comarca alrededor de “seiscientos lagares” y unas “tres mil cuatrocientas cincuenta hectáreas de viñedo”, testimonio de la relevancia de la actividad en municipios como Cazalla de la Sierra, Constantina o Guadalcanal. En aquellos años, la región impulsó la creación de sociedades mercantiles destinadas a la fabricación y distribución de aguardientes y vinos, llegando incluso a contar con “hasta sesenta y siete fábricas en Cazalla de la Sierra”.

La trayectoria vinícola de la Sierra Norte de Sevilla hunde sus raíces desde el siglo XV, configurando un modelo de desarrollo ligado al cultivo de la vid y la producción de destilados. En el periodo comprendido entre los siglos XIX y XX, el auge de los aguardientes proporcionó renombre internacional a la comarca. Marcas como Anís Kruger, Machaquito, Anís Cazalla, Torre del Oro —entre otras— simbolizan un legado del que sólo algunas continúan su actividad hoy en día.

Constantina vivió su época dorada del vino en la década de 1940, con “dieciocho fábricas de anís registradas, cinco bodegas exportadoras y dos fábricas de alcohol”. Actualmente, la tradición se conserva, y la destilería La Violetera, abierta en los años 60 del siglo pasado, sigue siendo un destino visitable para los aficionados a la historia local y a las bebidas espirituosas hechas en la comarca. La influencia de es-



La Sierra Norte destaca como referente vitivinícola y escénico con ricos paisajes naturales y de gran tradición

natural y a la conservación del paisaje tradicional andaluz. La Sierra Norte limita con Extremadura al norte y la Cuenca Minera, el Valle Medio del Guadalquivir, la Vega del Guadalquivir, El Condado y Los Pedroches, acogiendo municipios como Alánis, Almadén de la Plata, Cazalla de la Sierra, Constantina, El Pedroso, El Real de la Jara, El Ronquillo, Guadalcanal, La Puebla de los Infantes, Las Navas de la Concepción y San Nicolás del Puerto.

Todos ellos forman parte integral del Parque Natural de la Sierra Norte —reconocido como Reserva de la Biosfera por la UNESCO—, donde predominan paisajes de dehesas, encinares y bosques de alcornoques, un escenario propicio para actividades de senderismo, ciclismo, avistamiento de aves o escalada y para disfrutar del valor ambiental de la provincia. Entre los enclaves más visitados sobresalen las Cascadas del Huéznar, el nacimiento del río del mismo nombre y el Cerro del Hierro, una zona minera histórica de especial interés geológico y paisajístico.

La oferta culinaria de la comarca se apoya principalmente en productos locales como ibéricos, setas, aceites y vinos autóctonos, ingredientes protagonistas de la gastronomía de los municipios serranos. Localidades como Constantina, Cazalla de la Sierra, San Nicolás del Puerto o Alánis conservan un rico patrimonio arquitectónico y cultural, con castillos, iglesias y calles empedradas que contribuyen a reforzar la identidad serrana y la oferta turística patrimonial y de naturaleza.

tas cepas llegó incluso a América, pues se afirma que “de las viñas del siglo XVI surgieron los primeros plantones cultivados en el Nuevo Continente”.

La belleza de los pueblos y aldeas serranas va asociada a la riqueza de su entorno

Algaba de Ronda, un enclave único para conectar con la naturaleza



Marta Franco

A tan solo 5 kilómetros de la histórica ciudad de Ronda, se encuentra el complejo La Algaba, un espacio que armoniza naturaleza, historia, sostenibilidad y turismo rural para ofrecer al visitante una experiencia única. Para aquellos que buscan una escapada diferente en Andalucía, ya sea en familia, en pareja, con amigos o en solitario, Algaba ofrece atractivos que van más allá del simple turismo en un alojamiento rústico: una experiencia transformadora, enriquecedora y profundamente conectada con

la tierra.

La finca Algaba de Ronda es un centro de educación ambiental, ecoturismo y arqueología experimental, situado en una finca de aproximadamente 50 hectáreas de

monte mediterráneo de encinas, alcornoques, quejigos. Además del alojamiento, ofrece para completar la estancia una amplia gama de actividades de ecoturismo para familias, grupos y centros educativos, tales como visitas al poblado prehistórico (un asentamiento neolítico de 16 cabañas repleto de utensilios domésticos), talleres educativos en el aula de la naturaleza, rutas de senderismo y observación de fauna y flora autóctona.

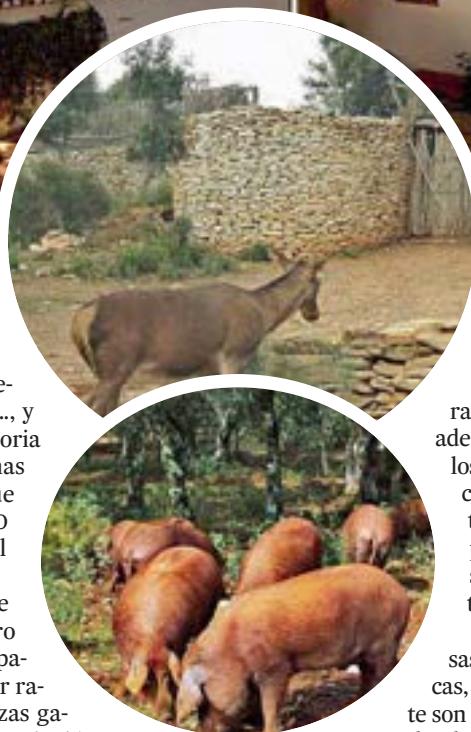
“Algaba es un centro para conocer toda la riqueza natural y cultural e histórica de la Serranía de Ronda, una pequeña ventana a todo ese extraordinario patrimonio”, explica María Sánchez, manager y funda-

dora de esta iniciativa liderada por mujeres de la zona. Trabajan con todo tipo de público -familias, colegios, turistas, profesionales, asociaciones..., y en sus 20 años de historia habrán recibido unas 50.000 visitas, ya que por allí pasan de 2.000 a 4.000 personas al año.

Desde hace más de dos décadas, este centro etnológico se esfuerza para proteger y recuperar razas autóctonas andaluzas ganaderas en peligro de extinción, como el burro andaluz, la oveja merina de Grazalema, la gallina azul, las vacas cárdenas o especialmente, el cerdo ibérico rubio dorado (o andaluz), en cuyo programa de recuperación son pioneros.

“Este año mantenemos como novedad la inauguración de nuestro centro visitable de razas autóctonas en peligro de extinción, donde se pueden conocer los reproductores de los mejores ejemplares de razas únicas. Lo más interesante y lo que es único en España y Europa, es conocer el manejo agroecológico extensivo de una raza única de Andalucía que oficialmente está extinguida, el cerdo rubio dorado gaditano, de la estirpe del ibérico”, asegura María.

Desde el año 2007 trabajan en la conservación de esta especie gracias a un programa de recuperación con la Universidad de Córdoba y el Centro Experimental Agrícola y Ganadero ‘El Imperio’ de la Diputación de



Cádiz, “un trabajo de investigación y divulgación conjunto para mantener estas razas únicas que, además, dinamizan los territorios socioeconómicamente, ya que generan productos muy saludables”, destaca.

Entre las diversas opciones turísticas, la más interesante son las visitas exclusivas donde se unen la salud y la innovación gastronómica: una ruta para conocer primero el monte mediterráneo, luego los sementales de cada raza y el programa de recuperación de las mismas, y terminar con una pequeña degustación, “que denominamos las ‘Esencias de la Algaba’ porque no solamente se prueban los embutidos -lomo, salchichón y chorizo principalmente-, sino también la miel de nuestro pequeño colmenar y el aceite de nuestro olivar que data de 1.792”, enfatiza María. Como novedad, este año por primera vez, saldrán a la venta al público estos productos 100% ecológicos y exclusivos, solo de temporada.

En definitiva, Algaba de Ronda es un paraje único e imprescindible en la provincia porque reúne lo mejor de la Serranía: naturaleza virgen, historia milenaria, tradición rural, biodiversidad, ecología, patrimonio cultural y la posibilidad de vivir todo ello de forma directa, participativa y respetuosa.

Amor a la tierra, ecoturismo y recuperación de razas autóctonas

Granada desde las alturas

GRANADA, ciudad emblemática del sur de España, es reconocida por su patrimonio histórico y sus paisajes panorámicos. Numerosos estudios sobre turismo urbano han constatado que sus miradores representan puntos estratégicos desde los que comprender el entramado urbano, apreciar la diversidad cultural heredada y disfrutar de vistas singulares de la Alhambra y de la Sierra Nevada. Actualmente, en 2025, estos espacios mantienen una elevada popularidad tanto entre la ciudadanía local como entre quienes visitan la capital granadina.

La importancia actual de los miradores de Granada es consecuencia de su integración en la vida social y cultural de la ciudad. Estos enclaves, repartidos por distintos barrios y colinas, forman parte de itinerarios históricos y rutas culturales, contribuyendo al dinamismo turístico desde principios de este 2025. Además, la preferencia por espacios abiertos tras los últimos años de tendencia hacia el turismo sostenible ha impulsado la afluencia a estos puntos de observación, especialmente al atardecer y durante festividades señaladas.

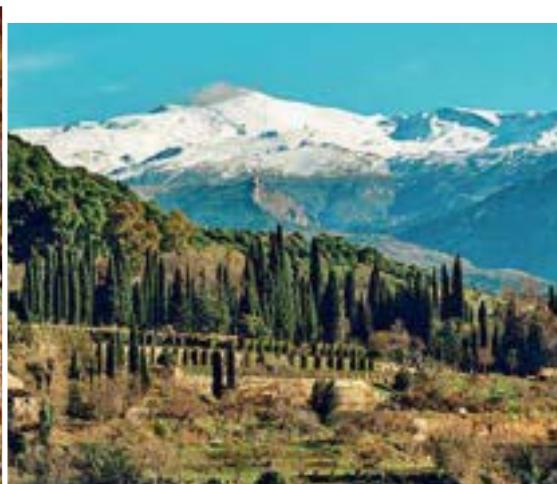
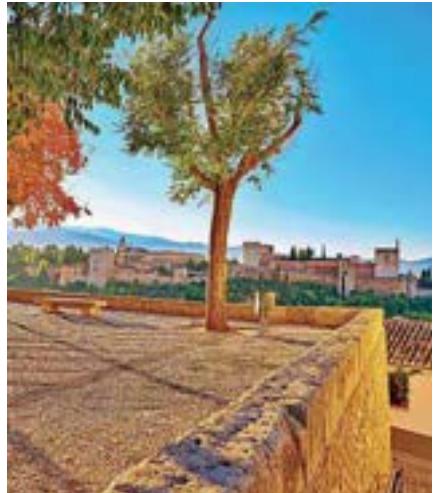
PRINCIPALES MIRADORES DE GRANADA

En el barrio del Albaicín, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO, se encuentra el Mirador de San Nicolás, posiblemente el más conocido. "En San Nicolás confluyen viajeros de todo el mundo, vecinos de Granada y artistas callejeros, todos atraídos por la vista directa de la Alhambra con Sierra Nevada de fondo", según testimonios recogidos durante esta primavera de 2025. La concurrencia en este mirador es constante, tanto en días festivos como durante las puestas de sol, cuando la luz transforma el paisaje urbano y monumental.

En una ubicación cercana, pero ligeramente más elevada, se encuentra el Mirador de San Cristóbal. Desde la explanada de la antigua iglesia, la panorámica abarca el perfil completo de la ciudad, identificándose fácilmente puntos clave como la Catedral de Granada, la Vega y la Alhambra. La amplitud de la vista permite comprender la organización urbana y la relación entre los diferentes y variopintos barrios históricos que componen la bella ciudad nazarí.



Los mejores miradores de Granada, desde San Nicolás hasta la Silla del Moro y el Realejo ofrecen vistas inigualables



SAN MIGUEL ALTO Y LOS MIRADORES ALTERNATIVOS

Para quienes buscan un entorno menos concurrido y una vista aún más amplia, el Mirador de San Miguel Alto es una referencia habitual. Su acceso requiere atravesar parte del Albaicín alto y ascender por senderos naturales, lo que contribuye a la experiencia de descubrimiento. Este mirador ofrece una perspectiva de 360 grados, donde se distingue no solo la Alhambra, sino también el Sacromonte, los barrios modernos y los picos de Sierra Nevada. Por su orientación y altitud, es fre-

cuentе que residentes y visitantes prefieren este enclave al amanecer o al crepúsculo para obtener imágenes inusuales de la ciudad.

El Sacromonte, conocido por su historia gitana y sus cuevas, cuenta con otros puntos destacados como el Mirador de la Vereda de Enmedio. "Desde aquí, es posible sentir la vida tradicional del Sacromonte, observar las casas-cueva y escuchar, en ocasiones, guitarras y cantes flamencos que se mantienen desde generaciones atrás". En este lugar, la Alhambra se percibe desde un ángulo lateral, iluminando especialmente las noches de invierno y primavera.

CENTRO HISTÓRICO Y GENERALIFE

En el epicentro patrimonial, la Visita Guiada al Mirador de la Catedral constituye una oportunidad singular para avanzar por los tejados del templo renacentista y divisar el trazado medieval del casco antiguo, pueblos de la Vega y torres mudéjares escondidas entre callejones. Aunque no es un mirador abierto continuamente, las visitas

concertadas permiten acceder a vistas inéditas del centro histórico.

Por otro lado, la Silla del Moro, situada en las cercanías del Generalife, representa el mirador menos frecuentado de Granada. Originario de una función de vigilancia en época nazarí, el lugar ofrece un entorno silencioso y permite contemplar "la Alhambra desde una posición elevada y estratégica", según guías especializados. Por último, el barrio del Realejo, antigua judería de Granada, conserva algunos de los miradores más discretos e íntimos. Ejemplo de ello es el Mirador de la Primera Bendición.

Jaén, tierra de historia y cultura andaluza



Distintas imágenes de la provincia de Jaén

Eduardo Osborne

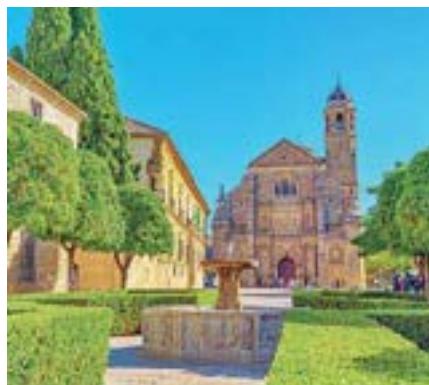
La historia, la cultura y el arte son los pilares fundamentales que ensalzan la esencia de la provincia de Jaén. Jaén es una de las regiones más importantes de Andalucía debido a su influencia artística y cultural. Además, es relevante destacar su paisaje natural, ya que alberga el Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas, reconocido como Reserva de la Biosfera por la UNESCO.

La combinación entre la sierra y las montañas, la influencia de la producción de aceite de oliva debido a la gran cantidad de olivos de la región y sus joyas arquitectónicas embellecen aún más la identidad de esta provincia.

Por ello, es importante destacar la relevancia de los pueblos jienenses que conforman dicha provincia, ya que en la mayoría de ellos existen secretos y lugares preciosos que muchas personas aún no conocen y que deberían visitar en el futuro.

Alcalá de la Real es uno de los pueblos más cercanos a la capital de Granada y destaca por la belleza de sus sierras y paisajes montañosos. Además, está declarado conjunto histórico-artístico desde 1967.

En este municipio se pueden destacar monumentos artísticos de gran importancia, como los conventos de San Francisco, la Trinidad y Capuchinos, el Palacete de la Hilandera o la Iglesia Abacial, que es el templo más grande de Alcalá



de la Real y está rodeado por una impresionante muralla arquitectónica que antiguamente tenía un carácter defensivo.

Cazorla se encuentra dentro del parque natural más grande y protegido de España. Desde el centro del pueblo se pueden observar vistas increíbles, rodeadas de extensos campos de olivos y de un ecosistema rico y bello en cuanto a su flora y fauna.

El monumento más destacado es el

castillo, situado en el centro del pueblo, cuya construcción se llevó a cabo entre los siglos XI y XII, y en el que se aprecian elementos arquitectónicos relacionados con el dogma de la cristiandad. Además, se pueden encontrar otros monumentos artísticos como el Ayuntamiento, las iglesias de San Francisco y San José, la Casa de las Siete Fuentes o el Castillo de las Cinco Esquinas, construido en el siglo XIV.

Segura de la Sierra es un pueblo impregnado de una influencia cultural de gran importancia. El recorrido por sus estrechas calles y la belleza de su entorno hacen que sea uno de los lugares más bonitos en relación con su historia y su cultura artística.

Asimismo, se encuentra dentro del parque natural y está declarado conjunto histórico-artístico. Entre sus elementos culturales más significativos destacan la Parroquia de Nuestra Señora del Collado, los Baños Árabes y la Fuente Imperial de Carlos III.

Úbeda, tierra del cantante Joaquín Sabina, siempre se ha caracterizado por representar la cultura, la historia y la belleza jienense. En esta ciudad se encuentra una de las plazas más bonitas y emblemáticas de España, la Plaza Vázquez Molina.

Entre sus monumentos artísticos destacan la Sinagoga del Agua, la Sagrada Capilla del Salvador, panteón histórico en el que se muestran los símbolos de las

familias Cobos y Mendoza, y el Museo de Alfarería Pablo Tito, que refleja la tradición y la producción del aceite de oliva.

Baeza es también una clara expresión de cultura, historia y arte, donde se produce una combinación entre los estilos artísticos del gótico y el Renacimiento. En ella se pueden observar monumentos como la Catedral de Baeza, ubicada en el centro de la ciu-

dad y de estilo renacentista, o el Palacio de Jabalquinto, de estilo gótico isabelino, que además alberga la sede de la Universidad Internacional de Andalucía.

Asimismo, existen otras obras simbólicas de gran relevancia, como la Plaza del Pópulo o el Museo de la Cultura del Olivo, donde se exponen los acontecimientos históricos y el arte que representan la esencia de los campos de olivos en Jaén.

El puente colgante más largo de España



Marta Franco

UBICADO entre los municipios de Álora, Ardales y Antequera, el Caminito del Rey es uno de los principales reclamos turísticos de Andalucía, y está a punto de transformar su fisonomía con la culminación de su proyecto de ampliación más ambicioso desde su reapertura en 2015.

La construcción del nuevo puente colgante, que comenzó en marzo de 2025 coincidiendo con el décimo aniversario de apertura al público, encara sus últimas fases técnicas. Con 110 metros de longitud, esta estructura se convertirá en la pasarela peatonal colgante más larga del país, superando el actual puente del paraje. El nuevo puente contará con dos cables sustentables principales, de 4.500 kg de acero, y estará situado a una altura de unos 50 m sobre el río Guadalhorce. Tras el puente se acondicionarán senderos hasta llegar al final del recorrido del Caminito. El puente no solo será un nuevo hito visual, sino una pieza clave para la gestión de flujos de visitantes.

“Aunque las previsiones iniciales apuntaban a finales de 2025, el ritmo de los trabajos, condicionados por la complejidad orográfica del Desfiladero de los Gaitanes y las dificultades de los trabajos en altura, la inauguración está prevista para el primer trimestre de 2026”, señala Cristóbal Ortega, vicepresidente de la Diputación de Málaga y diputado provincial de Medio Ambiente. El proyecto, que cuenta con una inversión de 1,25 millones de euros de la Diputación de Málaga, permitirá establecer un recorrido circular o una vía de



salida alternativa, incrementando la seguridad y la capacidad operativa del enclave.

A pesar de la magnitud de las obras, el Caminito del Rey ha mantenido su actividad habitual y los visitantes pueden seguir recorriendo las pasarelas mientras observan los avances de la nueva estructura. Por este paraje discurre el río Guadalhorce después de pasar por

los embalses de El Chorro, Guadalhorce, Guadaleba y Gaitanejo. Tiene una longitud de tres kilómetros y una anchura de apenas un metro. Una de las partes más conocidas del enclave es el voladizo, una pasarela colgante a una altura de 105 metros del suelo.

“El resultado con esta nueva pasarela que se suma al recorrido va a ser espectacular. Vamos a tener uno de los puentes colgantes más largos de Europa, va a hacer aún más atractivo el propio Caminito, es un aliciente más”, señala Ortega, quien recuerda que, como novedad del próximo Festival de Cine de Málaga, se va a presen-

tar el documental que se ha grabado con motivo de los 10 años de la apertura del Caminito, repasando su historia y la evolución en esta década. “La idea es que este documental complete y enriquezca la visita”, apunta.

El balance de estos 10 años no puede ser más positivo. Más de 3 millones de personas han visitado el entorno del Caminito del Rey, con un promedio anual que roza las 320.000 visitas, según el informe elaborado por la Diputación. Pero lo destacable sobre todo es el impacto económico en el territorio que ha tenido el gasto del visitante, estimado en 45,8 millones en total en estos 10 años. “Se ha dinamizado todo el entorno, como la creación de empleo en las empresas en el entorno, restaurantes, hospedajes, casas rurales, autobuses, taxis. Incluso los hoteles de la costa también se han beneficiado. Es una auténtica joya, es nuestro ícono de interior”, destaca el diputado.

Debido a la alta demanda prevista para el estreno de la nueva pasarela, la organización recomienda realizar la reserva de tickets con antelación a través de su Portal Oficial de Entradas, donde ya está disponible el calendario para el primer trimestre de 2026: www.caminitodelrey.info.

CENTRO DE VISITANTES Y APARCAMIENTO

El Caminito del Rey cuenta con un centro de recepción de visitantes ubicado en el término municipal de Ardales. Dispone de una terraza mirador que da al embalse Conde del Guadalhorce, y en el interior los visitantes pueden encontrar información sobre el antiguo Caminito y su rehabilitación en 2015, gracias a la cual pasó de ser un sendero peligroso para el acceso a un camino totalmente seguro. También podemos encontrar en este centro de visitantes toda la información sobre la flora, fauna y geología del paraje natural del Desfiladero de los Gaitanes, fotografías e información turística de los municipios del entorno.

El centro cuenta con un aparcamiento con capacidad para 240 vehículos. El precio es de 2 euros para todo el día y se puede abonar desde la web al adquirir la entrada. Es recomendable estacionar con, al menos, una hora de antelación. En tren también es posible llegar al Caminito, a través del servicio de Cercanías hasta El Chorro/Caminito del Rey desde las estaciones María Zambrano y Málaga Centro.

Carmona: una ciudad milenaria entre murallas y sabores

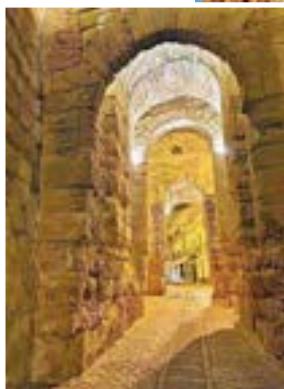
CARMONA, uno de los enclaves históricos más antiguos de la provincia de Sevilla, continúa consolidándose en 2025 como un punto de referencia patrimonial, cultural y turístico en el mapa de Andalucía. Localizada en un cerro sobre la vega del río Corbones, su trazado urbano y riqueza monumental reflejan la sucesión de distintas civilizaciones a lo largo de los siglos: desde restos prerromanos y vestigios cartagineses, hasta la impronta romana, musulmana y cristiana, que han configurado su identidad.

El registro arqueológico sitúa los primeros asentamientos en Carmona en épocas prehistóricas, evolucionando en enclave estratégico para cartagineses y, posteriormente, para la Roma imperial. Los restos de la necrópolis, los mausoleos y las infraestructuras excavadas en roca dan testimonio a día de hoy de la importancia funeraria y social que ostentó la ciudad durante la dominación romana.

El casco histórico de Carmona, catalogado como Bien de Interés Cultural, mantiene secciones conservadas de su muralla, puertas monumentales como la Puerta de Córdoba —donde confluyen elementos arquitectónicos de época romana, islámica y castellana— y destaca por la presencia del Alcázar del Rey Don Pedro. Este palacio, erigido bajo mandato de Pedro I de Castilla sobre estructuras previas, ofrece amplias vistas panorámicas de la campiña y es uno de los principales atractivos para los visitantes.

Entre las muestras de arquitectura religiosa, destacan la Iglesia Prioral de Santa María, San Felipe y San Blas, testigos tangibles de la evolución estilística desde el gótico al mudéjar y el barroco, elementos que confieren una personalidad única al centro histórico.

Los espacios públicos también son protagonistas en la actividad diaria. La Plaza de Abastos y la Plaza de Arriba, donde quedan restos del antiguo foro romano, son hoy puntos de reunión para residentes, comerciantes y turistas, potenciando la vida social y económica de la localidad.



Carmona destaca por su legado histórico, sus monumentos y su reconocida tradición gastronómica

año, la ciudad vive intensamente celebraciones como las Mayas y la Feria de Mayo, cuyos orígenes se remontan al privilegio real otorgado en 1466.

La oferta culinaria de Carmona es reconocida en el ámbito provincial gracias a la Ruta de la Tapa y sus históricos mesones, donde se pueden degustar recetas como el salmorejo, el picadillo, los caracoles, las migas, las espinacas con garbanzos o la perdiz a la cortijera. Los postres típicos que destacan son la torta inglesa, el arroz con leche o las tortas de almendras, todos elaborados a partir de productos locales.

Pasear por Carmona implica recorrer calles empedradas entre palacios barrocos, casas señoriales y rincones de la historia, donde la convivencia entre el patrimonio monumental y la cotidianidad resulta palpable y define el ritmo actual de la ciudad.

Las tradiciones de Carmona se mantienen vigentes a través de manifestaciones populares como la Semana Santa, con sus procesiones y cofradías que recorren el entramado urbano histórico. Además, en el mes de mayo cada

espacio cultural en antiguos palacios, plazas cargadas de vida y una agenda festiva consolidada convierten esta localidad sevillana en un destino singular en 2025 dentro de la Campiña andaluza.

Garganta del Tajo: naturaleza, historia y turismo sostenible

Marta Franco

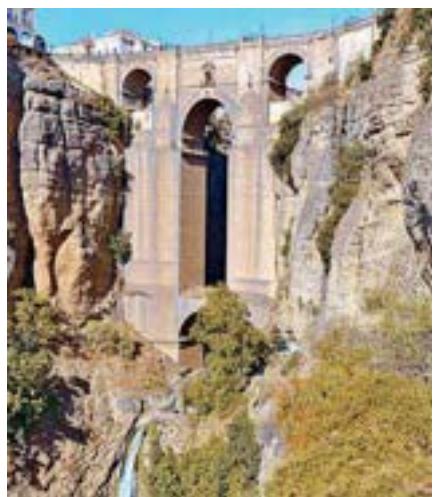
La histórica y profunda Garganta del Tajo de Ronda, uno de los paisajes naturales más impresionantes de Andalucía, está a punto de abrir sus entrañas al mundo. Entre paredes de roca que superan los 100 metros de altura y un pasado geológico y cultural extraordinario, este desfiladero ha sido durante siglos un lugar contemplado desde arriba, desde los miradores de la ciudad. La primera fase del camino, abierta desde abril de 2024, ya permite ver el Puente Nuevo desde abajo. Ahora, desde principios de 2026, y se espera culminar la segunda y última fase: visitantes y locales podrán recorrer por primera vez el sendero que atraviesa toda la garganta y pasa bajo el famoso Puente Nuevo, adentrándose en el corazón del Monumento Natural declarado en 2019, y disfrutando de una experiencia única y segura con pasarelas para recorrer la totalidad del desfiladero.

El proyecto, que ha sido fruto de un ambicioso plan de colaboración entre la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Ronda, busca unir conservación ambiental, gestión pública y turismo sostenible. El pasado mes de octubre, la consejera de Sostenibilidad y Medio Ambiente, Catalina García, y la alcaldesa de Ronda, María de la Paz Fernández, rubricaron un convenio en el Mirador del Desfiladero del Tajo que marca el inicio de esta última fase de preparación del sendero y su apertura general al público.

Guardando cercanía con el río Guadalevín, que con sus aguas modeló la gran hendidura, el Camino del Desfiladero del Tajo se ha convertido en una apuesta por poner en valor este entorno único para el turismo rural en la provincia. La senda, cuya primera fase ya ha estado operativa durante el último año, ha recibido decenas de miles de visitantes y ha mostrado el enorme atractivo de una experiencia que combina paisaje, historia y naturaleza desde una perspectiva inédita, aspirando a ser un revulsivo turístico a nivel nacional e internacional. “Este espacio condensa historia, paisaje y biodiversidad”, ha señalado la consejera, destacando que la actuación demuestra la posibilidad de armonizar el desarrollo local con la conservación del medio natural.



Sobrecogedora vista cenital del tajo en la ciudad de Ronda



La apertura prevista en el primer trimestre de 2026 permitirá a los turistas y amantes de la naturaleza recorrer unos tramos que hasta ahora solo han sido accesibles para expertos o miradores situados desde lo alto. El sendero une puntos históricos como La Mina, la vieja presa hidroeléctrica, y diversos puentes que cruzan el río, culminando en la transición bajo el icónico Puente Nuevo, símbolo arquitectónico de Ronda y emblema del paisaje local.

Además de su valor ambiental, el recorrido por la garganta ofrece una mirada renovada sobre la geología, la flora y la fauna del desfiladero, así como una invitación a comprender cómo este entorno ha influido en la configuración de la ciudad de Ronda a lo largo de los siglos. El sendero combina tramos naturales con estructuras perfectamente acondicionadas para brindar seguridad y accesibilidad, facilitando al visitante una inmersión en un entorno que hasta ahora había permanecido reservado a la imaginación.

Pero este recorrido no es solo un acto de apertura física, sino también un mensaje de armonía entre protección ambiental y desarrollo económico. La consejera ha subrayado la importancia de mostrar “que las áreas naturales protegidas pueden ser disfrutadas sin comprometer su integridad: se han diseñado accesos, señalización y medidas de seguridad que respetan el ecosistema y promueven un turismo responsable”.

La apertura al mundo de la Garganta del Tajo representa, por tanto, un hito para Ronda y para toda Andalucía. Es el resultado de años de planificación, inversión y trabajo colaborativo entre administraciones, técnicos y especialistas, que han hecho posible que este paraje, conocido mundialmente por su belleza desde lo alto, pueda ahora ser explorado desde sus profundidades, ofreciendo una nueva dimensión de la experiencia natural y cultural para todos los que desean descubrirla.

CÓRDOBA



La excelencia del turismo de negocios

Raquel Gutiérrez

CÓRDOBA es uno de los destinos más visitados. Su historia, gastronomía, arquitectura y cultura la ha convertido en un lugar ideal para pasar las vacaciones entre sus calles. Pero la capital cordobesa está cambiando y ha dejado de ser únicamente un referente mundial por su patrimonio histórico para convertirse en una potencia emergente y consolidada en el sector del turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE).

La ciudad ha experimentado un crecimiento estratégico que la posiciona como el escenario perfecto para el turismo empresarial, avalado por reconocimientos institucionales y una infraestructura renovada.

UN DESTINO DE EXCELENCIA PREMIADO

La transformación de la ciudad ha sido ratificada con el Premio Andalucía del Turismo 2024 en la categoría de “Destino Turístico de Excelencia”. Este galardón reconoce el esfuerzo de Córdoba por gestionar su inmensa riqueza patrimonial y cultural bajo criterios de calidad y sostenibilidad, elementos que son altamente valorados por los organizadores de eventos corporativos que buscan sedes con valor añadido.

LA REVOLUCIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS

La clave de este posicionamiento reside en la resolución de una demanda histórica:

Córdoba, referente gastronómico y cultural, se ha convertido en una potencia para el turismo de congresos

ca: la falta de espacios adecuados. Córdoba ha pasado de tener carencias a disponer de una oferta de infraestructuras de primer nivel que le permiten acoger grandes eventos.

El ecosistema de congresos se articula ahora sobre dos grandes pilares que han permitido a la ciudad “reivindicar su lugar” como son el Palacio de Congresos de Córdoba y El Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones (CEFC)

El Palacio de Congresos situado en plena calle Torrijos, frente a la Mezquita-Catedral, ofrece un entorno histórico inigualable para reuniones que buscan prestigio y singularidad. Por su parte el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones (CEFC): Una infraestructura moderna y versátil ubicada en el Parque Joyero, diseñada para albergar ferias comerciales y congresos de gran formato que requieren mayor capacidad logística.

Esta dualidad permite a Córdoba ofrecer lo mejor de dos mundos: la historia en el corazón de la judería y la funcionalidad técnica en un recinto de vanguardia.

“CÓRDOBA MICE”, LA MARCA

Para comercializar este potencial, la ciudad ha lanzado su propia marca específica: “Córdoba MICE”. Esta iniciativa nace de la colaboración público-privada y tiene

como objetivo ofrecer la ciudad de forma coordinada en los mercados nacionales e internacionales como un destino de éxito para el turismo de negocios.

La estrategia busca acabar con la estacionalidad del turismo, atrayendo a visitantes de alto poder adquisitivo durante la semana laboral. Bajo esta marca, se aglutinan hoteles, empresas de catering, transportes y organizadores de eventos, presentando una oferta integral y profesionalizada al cliente empresarial.

MÁS ALLÁ DE LOS ESPACIOS, EL FACTOR HUMANO

Más allá de los edificios, Córdoba ha activado su capital humano a través del programa “Embajadores de Córdoba”. Esta iniciativa involucra a médicos, profesores universitarios, científicos y profesionales locales de prestigio que tienen la capacidad de prescribir la ciudad como sede para los congresos de sus respectivas asociaciones nacionales o internacionales.

Estos “embajadores” actúan como el nexo de unión entre la capacidad logística de la ciudad y las sociedades científicas o empresariales, garantizando que Córdoba entre en el circuito de las grandes citas profesionales.

Todos estos factores unidos, hacen de Córdoba el destino ideal para el turismo de congresos porque ha logrado alinear tres factores críticos: infraestructuras de última generación (Palacio de Congresos y CEFC), una estrategia de marca sólida como es Córdoba MICE y el reconocimiento institucional a su calidad gracias al Premio Andalucía del Turismo. La ciudad ha demostrado que puede gestionar grandes flujos de trabajo sin perder la esencia de su hospitalidad y su patrimonio, ofreciendo una experiencia completa al congresista.

Oro líquido, un preciado tesoro



Eduardo Osborne

El producto estrella que destaca en la provincia de Jaén es la extracción y la distribución del aceite de oliva. El aceite es uno de los ingredientes básicos que los seres humanos utilizamos para cocinar y elaborar nuestra dieta diaria. Sin aceite de oliva, muchos de los experimentos gastronómicos no existirían, por lo que se trata de uno de los recursos más valiosos que se extraen de los campos de olivos de las tierras jienenses.

Jaén dispone de aproximadamente setenta millones de olivos, de los cuales se obtienen los recursos productivos del aceite de oliva y las aceitunas. Por ello, existe una conocida ruta en la que las personas pueden pasear para contemplar el paisaje natural y observar, al mismo tiempo, el verde característico de los campos de olivos.

Esta ruta se extiende principalmente desde Úbeda hasta Cambil, y quienes estén dispuestos a realizarla pueden disfrutar de experiencias únicas e inolvidables, desde el recorrido por los diferentes cortijos de los pueblos de la provincia hasta la degustación de la textura y la elaboración del aceite de oliva en sus distintas tipologías.

La Ruta del Aceite es y seguirá siendo patrimonio cultural y artístico de la provincia de Jaén. Además de la belleza y los secretos que albergan sus pueblos, de sus joyas artísticas y culturales y del entorno natural que los rodea, el aceite de oliva es uno de los grandes recursos que refuerzan la identidad y el significado de la tierra jienense.

Jaén es la tierra de los campos de olivos. Sin la figura del olivar, Jaén no sería la misma. El olivo posee una gran carga histórica en esta provincia andaluza, ya que fue considerado sagrado y fundamental en la época de la Antigua Roma, y su influencia se expandió posteriormente a través de los musulma-

El producto estrella que destaca en la provincia de Jaén es la extracción y la distribución del aceite de oliva



nes durante la Edad Media.

Esta ruta comienza en Úbeda, uno de los lugares más interesantes de Jaén, donde predominan la belleza, la historia y la cultura. En esta ciudad se encuentra el Centro de Interpretación del Aceite, una institución encargada de mostrar la historia de los campos de olivos y explicar cómo se elabora el aceite desde su extracción hasta la finalización del proceso de producción.

Esta ruta también está diseñada para las personas a las que les gusta practicar senderismo. Caminar por este recorrido tiene efectos muy positivos, ya que permite disfrutar de la naturaleza, de las vistas de las sierras y de los paisajes montañosos.

Esto pone de manifiesto que la Ruta del Aceite posee una doble dimensión, ya que, además de degustar y disfrutar de la gastronomía basada en el aceite



de oliva, también se puede pasear tranquilamente por los campos de olivos para descansar o pasar tiempo con la familia y los amigos.

Además, muchos turistas nacionales y extranjeros recorren distintos senderos del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas. Este parque natural es el más grande de España y está rodeado de numerosos olivos, lo que permite disfrutar de su valioso ecosistema natural.

Además de practicar senderismo, disfrutar de la degustación del aceite de oliva y contemplar la naturaleza andaluza, se pueden realizar otras actividades de ocio. Quienes realicen la Ruta del Aceite también pueden participar en talleres de cocina para mejorar sus conocimientos gastronómicos, recorrer los campos de olivos en bicicleta o aprender nuevas técnicas y habilidades relacionadas con la extracción del aceite y la recolección de las aceitunas.

Si se desea conocer la cultura y la historia de la provincia de Jaén, es imprescindible acercarse también a su gastronomía. Nadie debería marcharse de Jaén sin probar el aceite de oliva, ya que es el producto esencial de esta tierra y un alimento básico de nuestro día a día. En definitiva, sin aceite de oliva el sabor no sería el mismo y no disfrutaríamos de la comida de igual manera que cuando lo utilizamos.

Itálica, la raíz romana de Sevilla que sigue marcando su futuro



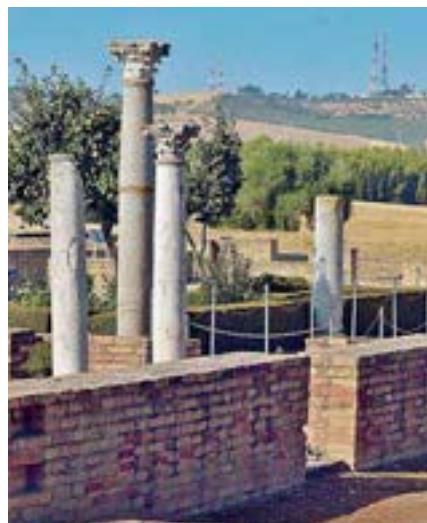
ITÁLICA, reconocida como una de las ciudades romanas más destacadas de Hispania, mantiene su peso histórico y cultural a tan solo nueve kilómetros de Sevilla, en el actual municipio de Santiponce. Fundada por Publio Cornelio Escipión hacia el 206 a.C., tras la victoria ante los cartagineses, Itálica dio cobijo a los veteranos del ejército romano y, con el paso de los siglos, se consolidó como un enclave fundamental en la romanización de la península ibérica, llegando a ser un referente político durante la época imperial.

En su máximo esplendor, durante el siglo II con los emperadores Trajano y Adriano—ambos nacidos en la zona—la ciudad experimentó su mayor transformación urbana. El llamado proceso de ‘nova urbs’ dio lugar a una trama urbana avanzada, con vías porticadas, amplios espacios públicos y edificios monumentales que reflejaban la pujanza de Roma en la Bética. Este legado arquitectónico aún puede recorrerse en la actualidad, permitiendo reconstruir el día a día de una urbe romana en auge.

El Conjunto Arqueológico de Itálica conserva elementos emblemáticos como su anfiteatro, uno de los mayores construidos en todo el imperio, con más de 25.000 plazas. En el entorno se mantienen en pie villas señoriales tan conocidas como la Casa de Neptuno, la Casa de los Pájaros o la Casa del Planetario, famosas por sus mosaicos y ejemplo de la riqueza artística de la antigua Hispania. Las termas, el trazado de las calles y numerosos edificios públicos completan el recorrido histórico disponible a los visitantes.

La función de Itálica como motor de desarrollo económico para Sevilla y su provincia es indiscutible. Gracias a su cercanía, la ciudad romana amplía la oferta turística de la capital andaluza, combinando de manera equilibrada el rico pasado romano con el legado islámico y barroco. Esto favorece un incremento en la demanda de servicios turísticos: alojamientos, visitas guiadas, restauración y comercio local, que se ven beneficiados por las visitas continuas de turistas nacionales e internacionales a lo largo de todo el año.

El conjunto arqueológico de Itálica está situado en Santiponce y fue fundado por Escipión el Africano



En los últimos años, Itálica ha reforzado su proyección internacional gracias al rodaje de producciones audiovisuales, lo que ha multiplicado su visibilidad como destino preferente para el turismo cultural. Además, el yacimiento fomenta la difusión del conocimiento

histórico y la identidad local, subrayando el vínculo de Sevilla con la Antigüedad y sirviendo de apoyo a docencia, investigación y divulgación patrimonial.

El auge del turismo cultural durante 2025 sitúa a Itálica como enclave clave en la oferta de Andalucía. Su integración en el entorno sevillano evidencia la convivencia de diferentes períodos históricos y subraya el papel de la antigua ciudad romana en la consolidación de la identidad y el desarrollo socioeconómico de la región, dos milenios después de su fundación.

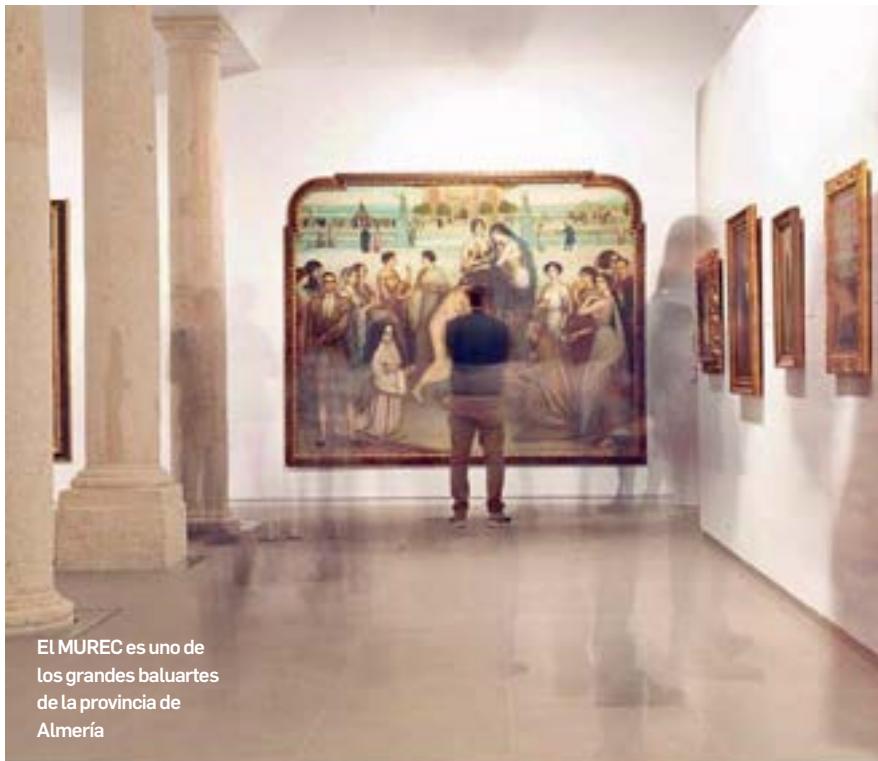
La ruta de las seis ermitas en la localidad de El Viso

Poco más de 80 kilómetros separan Córdoba capital de la tranquila localidad de El Viso. La población de la localidad pedrocheña apenas supera los 2.500 habitantes y la paz y el sosiego reinan en sus calles. Lo que tampoco faltan son ermitas. Un total de seis componen una interesante ruta para el visitante. Sin duda, la más llamativa es la de Santa Ana, por su espectacular techumbre. / Rafa Alcalde / Efe





'Costa de Almería', la emoción de la aventura



El destino 'Costa de Almería' permite a cada viajero encontrar la experiencia que se ajuste a su medida y en la provincia almeriense encontrará esa versatilidad que, en apenas unos kilómetros, te permite pasar de las playas más espectaculares de Europa al único desierto del Continente o a un interior

asombroso. Las sensaciones de libertad y turismo de aventura que se pueden vivir en el destino 'Costa de Almería' protagonizan la última acción promocional de la Diputación Provincial que se presenta bajo el eslogan: 'Almería y ya estaría. El destino donde no necesitas nada más'.

Hasta el interior, escondido bajo las ramas de árboles o tras formaciones rocosas que permiten recorrer con vértigo el pasado, llegan también los rayos de sol característicos de una provincia en la que los nubarrones pasan de largo. Más de 3.000 horas de sol al año para disfrutar de las entrañas más salvajes y aventureras de una provincia, en la que el paso de tiempo ha dejado su impronta.

Años, lustros y décadas se han unido para crear una belleza de espacios en los que el visitante no puede sino caer en la cuenta de su grandeza, llegando a disfrutar de joyas geológicas y yacimientos reconocidos en el mundo entero como la Geoda de Pulpí o el Karst en Yesos de Sorbas.

Recorrer Almería supone también reencontrarse con uno mismo, con la parte más indómita, esa con la que no estamos acostumbrados a tratar. En este sentido, la provincia ofrece incontables posibilidades; desde poder ver el azul del mar desde las rutas y senderos más recónditos hasta recorrer parajes reconocidos como Monumentos Naturales de Andalucía. El turismo activo nace con el objetivo de poner sobre la mesa planes e iniciativas diferentes en las que el sol es un secundario que no hace sino aportar belleza a los miles de atractivos

de atractivos con los que cuenta el interior almeriense.

Una de las joyas de la provincia es su gastronomía, que mezcla tradición e innovación para el paladar

Así, lejos de establecer una única forma de turismo activo, el interior almeriense permite hacer tantas actividades como imaginación tenga el visitante, bajo la estela de un paraje único; con castaños centenarios hasta senderos de agua. La Alpujarra, Los Filabres, Sierra Alhamilla, Sierra Nevada, María-Los Vélez o Sierra Cabrera parecen ofrecer sus virtudes dejando al turista la elección de conocerlas mejor a través de la edad de sus bosques o por medio de la historia que deja el reguero de agua que sigue ejerciendo de banda sonora en muchos pueblos junto con el silencio y la tranquilidad.

Todos estos espacios son abrazados por ese sol que recorre a diario los cerca de 9.000 kilómetros que ocupa Almería. Quien desee obtener más información sobre las bondades de la provincia de Almería e, incluso, diseñar una ruta personalizada que se ajuste a sus exigencias, puede hacerlo a través de la web del destino 'Costa de Almería' de la Diputación Provincial: <https://turismoalmeria.com/>

Una de las grandes joyas de la provincia de Almería es su gastronomía, que mezcla tradición e innovación para cautivar a los paladares más exigentes y de la que

los almerienses presumen desde cualquier rincón del mundo y a través de la marca gourmet de la Diputación Provincial de Almería, 'Sabores Almería'.

A cualquier hora del día, la gastronomía almeriense es única en el mundo, capaz de atrapar desde el desayuno y hasta la noche, pasando por los aperitivos y las bebidas.

Recorrer a la provincia a través del paladar es pasear por su historia y visitar su presente. Almería se muestra sin reparos a través de platos y recetas que se han transmitido de generación en generación y que forma parte de los meses más fríos del año, casi tanto como la bajada de temperaturas o el cambio de armario.

Se trata de platos húmedos como las migas, el trigo o los gurullos, pero también de dulces típicos como los mantecados de Fondón, que no pueden faltar en la mesa cada año por Navidad.

La gastronomía almeriense también nos habla de su presente y de la importancia de un sector como el agroalimentario del que Almería puede lucir orgullosa el título de líder. Así, la gastronomía verde internacional se ha fijado en establecimientos y chefs almerienses, que han logrado transmitir a través del sabor de sus platos el trabajo y el esfuerzo de productores y empresas,

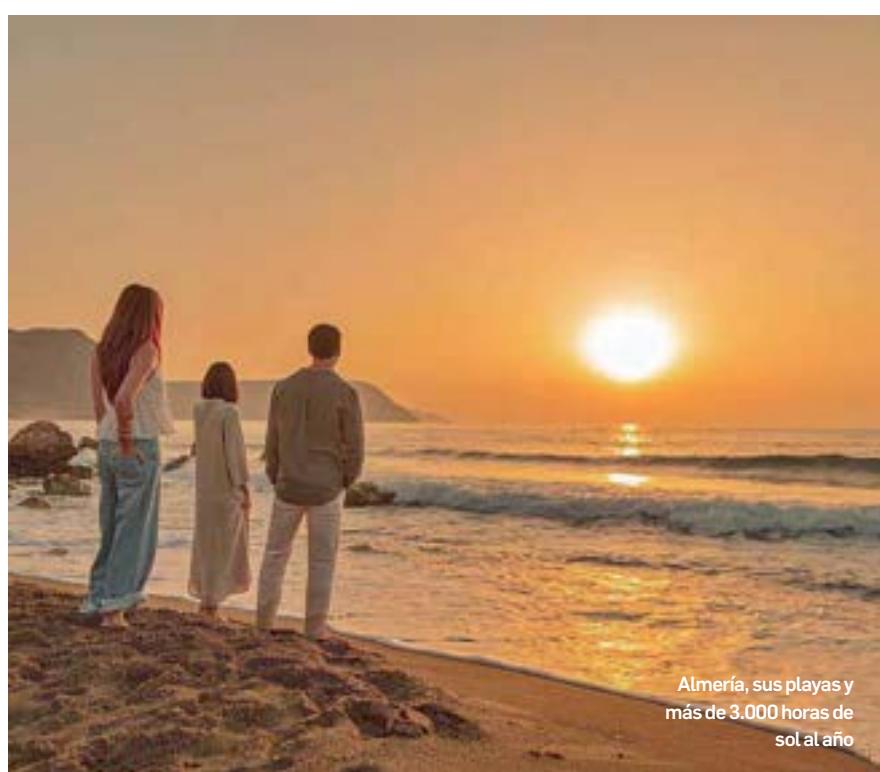
uniendo esfuerzos.

Y todo ello gracias a materias primas de kilómetro cero como la gamba roja de Garrucha, que hacen que sabor de la provincia llegue a cualquier parte de mundo. Todos estos productos los tiene el consumidor al alcance de su mano en la Espacio Gourmet 'Sabores Almería', ubicado en el Paseo de Almería, número 34, o en la tienda online <https://saboresalmeria.store/>

Desde marzo de 2024 el destino 'Costa de Almería' cuenta con un nuevo embajador de prestigio nacional e internacional, el Museo del Realismo Español Contemporáneo, MUREC, que se ubica en el antiguo Hospital Provincial de Almería, el único edificio civil del siglo XVI que quedaba en pie en la ciudad.

Se trata del proyecto de recuperación patrimonial más importante que ha emprendido la Diputación de Almería en sus más de 200 años de historia. Con la puesta en marcha del MUREC se salda una deuda histórica con la memoria emocional de los almerienses que vuelven a disfrutar de espacio convertido ahora en un gran universo cultural gracias al trabajo conjunto con la Fundación de Arte Ibáñez Cosentino.

La Diputación está inmersa en la recuperación del Cortijo del Fraile, ícono de la etnografía y cultura local que inspiró a grandes artistas



Almería, sus playas y más de 3.000 horas de sol al año



La provincia aúna costa, desierto y montaña

Entre los nombres propios de los artistas de la colección permanente del museo se pueden mencionar los de Sorolla, Zuloaga, Romero de Torres, Antonio López, Andrés García Ibáñez, Aureliano de Beruete, Benlliure, Julio Antonio, Ramón Gaya, Elena Santoja, Carmen Laffón..., o el célebre grupo de los realistas de Madrid donde, además de Antonio López, figuran artistas como María Moreno, Francisco López e Isabel Quintanilla, Julio López y Esperanza Parada, y Amalia Avia.

Todo el trabajo que Diputación ha emprendido para recuperar este edificio

inspira la hoja de ruta que la institución sigue para recuperar otro tesoro material e inmaterial de esta provincia, el emblemático Cortijo del Fraile.

Las obras que supondrán el inicio para la rehabilitación integral de este ícono de la etnografía y cultura almeriense, con el legado de artistas como Lorca, Carmen de Burgos o Sergio Leone, comenzarán en breve. Muy pronto Almería y toda la sociedad podrá volver a disfrutar de este sorprendente lugar que se levanta en el corazón de un entorno único como es el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar.



Innovación, arte y patrimonio en Castellar de la Frontera

El municipio gaditano de Castellar de la Frontera, miembro de la prestigiosa red de Los Pueblos Más Bonitos de España y del Mundo, se presenta en FITUR 2026 con una propuesta que combina historia, naturaleza e innovación. En esta nueva etapa, Castellar refuerza su apuesta por la inclusión con un proyecto de realidad virtual que permitirá conocer el interior de su castillo medieval, una experiencia inmersiva pensada especialmente para personas con movilidad reducida, ampliando el acceso universal a su patrimonio histórico.

Uno de Los Pueblos Más Bonitos del Mundo se prepara para el futuro con una mirada revalorizada del pasado

De forma paralela, el municipio consolida su compromiso con la cultura y el arte contemporáneo. El Castillo de Castellar, enclave emblemático de uno de los pueblos más bonitos del mundo, avanza en su objetivo de convertirse en un referente artístico mediante la consolidación del Open Arts, una iniciativa que impulsa la creación y la exhibición artística en un entorno patrimonial único. Esta apuesta refuerza el posicionamiento de Castellar como destino cultural y creativo de primer nivel.



HISTORIA Y NATURALEZA

Castellar de la Frontera ofrece un extraordinario legado histórico encabezado por su castillo medieval, uno de los mejor conservados de Andalucía, integrado en un casco histórico amurallado de gran valor patrimonial. A este legado se suma su ubicación privilegiada en el Parque Natural de los Alcornocales, un espacio de alto valor ecológico conocido como "la última selva mediterránea", donde se preserva una biodiversidad única que convierte al municipio en un destino ideal para los amantes de la naturaleza y el turismo activo.

TURISMO FAMILIAR

El municipio se posiciona como un destino especialmente atractivo para el turismo familiar, gracias a una amplia oferta de actividades pensadas para todas las edades. Rutas de senderismo accesibles, experiencias educativas en contacto con

la naturaleza, visitas al centro de rescate animal y recorridos por el casco antiguo y el castillo conforman una propuesta que combina ocio, aprendizaje y sostenibilidad. Este modelo apuesta por un turismo responsable, seguro y de calidad.

FINCA LA ALMORAIMA: LUJO, DEPORTE Y NATURALEZA

La Finca La Almoraima, con más de 14.000 hectáreas en pleno Parque Natural de los Alcornocales, representa uno de los grandes atractivos del destino. En su interior se encuentra el Hotel Casa Convento La Almoraima, un antiguo convento del siglo XVII transformado en alojamiento de lujo, donde se fusionan historia, confort y sostenibilidad.

La finca ofrece una variada programación de actividades al aire libre como paseos a caballo, senderismo y observación de fauna y flora autóctona, consolidándose como un referente del turismo de naturaleza y lujo en Andalucía.

UN FUTURO PROMETEDOR

La pertenencia a la red de Los Pueblos Más Bonitos de España y del Mundo, junto con la apuesta por la innovación, la inclusión y la cultura, refuerza la proyección internacional de Castellar de la Frontera. Estas iniciativas avalan su compromiso con la conservación y puesta en valor de su patrimonio histórico, cultural y natural, consolidándolo como un destino turístico de excelencia con una mirada firme hacia el futuro.

Villarrasa, enclave histórico y monumental de Huelva



Las tradiciones religiosas y festivas también ocupan un lugar central en la vida villarrasera



VILLARRASA, municipio situado en la comarca del Condado, provincia de Huelva, es conocido por su legado histórico y su patrimonio monumental, así como por sus tradiciones, fiestas y su entorno natural característico. Sus orígenes se remontan a la época romana, como prueban los restos arqueológicos hallados en su término, y también vivió una importante etapa medieval, marcada por la construcción de fortificaciones árabes y la posterior repoblación cristiana.

Hoy en día, Villarrasa se configura como un núcleo rural de algo más de 2.000 habitantes, caracterizado por su rica herencia cultural y religiosa, reflejada en diversos monumentos históricos, festividades anuales y una gastronomía local que rinde homenaje a los productos de la campiña. Las instituciones locales y la población preservan la memoria y tradiciones de este municipio onubense, situado en una fértil llanura donde predominan la vid, el olivo y el trigo.

Entre los principales vestigios históricos de Villarrasa destacan la Ermita de Nuestra Señora de las Angustias, una construcción del siglo XVII declarada Bien de Interés Cultural desde 1985, así como la Iglesia Parroquial de San Vicente Mártir, erigida sobre un edificio mudéjar del siglo XIV y reconstruido tras diversos episodios históricos adversos, entre ellos el terremoto de Lisboa de 1755. Este templo conserva un relevante conjunto de orfebrería e imaginería religiosa.

En el corazón religioso del municipio se sitúa la Ermita de la Virgen de los Remedios, santuario principal de la patrona local, cuya imagen supera los 500 años de antigüedad y goza de un profundo valor artístico y devocional. La tradición popular indica que, en la Tenería, ubicada en la calle Aparición, tuvo lugar una epifanía de la Virgen, motivo por el que existe una pequeña capilla conmemorativa en el enclave.

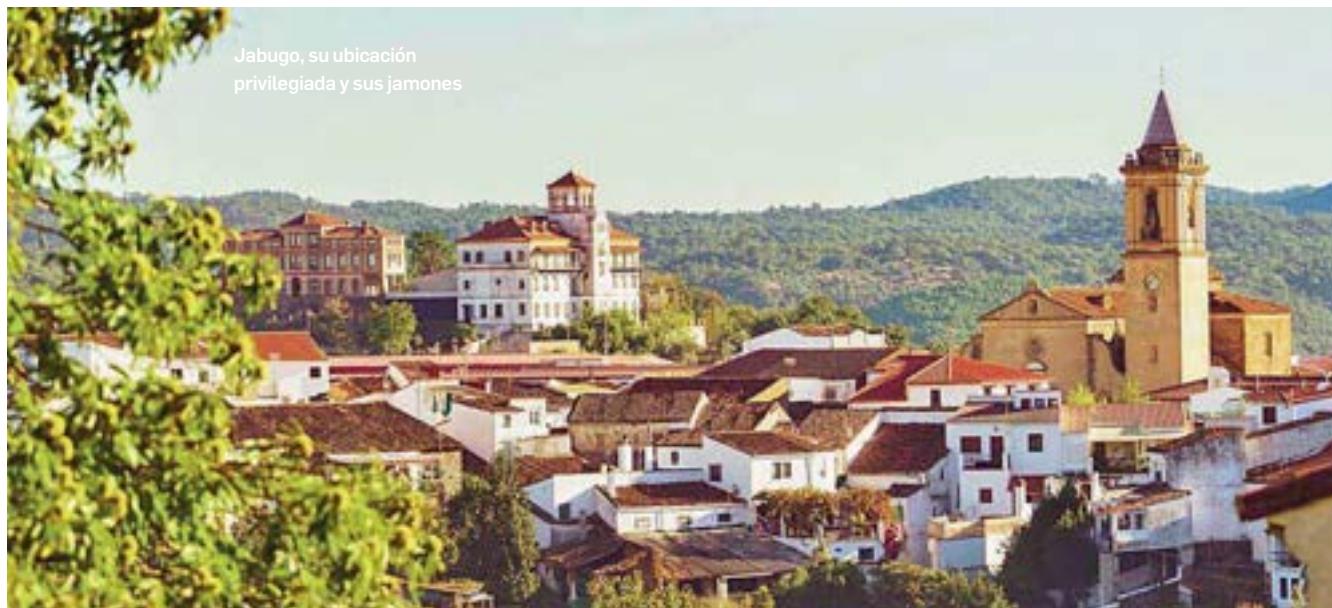
La oferta arquitectónica incluye además la Capilla de la Santa Cruz del Campo, representativa del estilo regionalista e identificable por sus detalles de orfebrería sevillana, especialmente en el alfiz, así como la Capilla de la Santa Cruz de Arriba, bendecida en 1994 y que acoge una imagen de la Santa Cruz de Arriba, siguiendo pautas neobarrocas andaluzas. La Ermita de San Roque, vinculada a la Hermandad del Rocío y también reconstruida tras el seísmo de 1755, fue objeto de restauración reciente y es sede de actos rocieros y preparativos para la tradicional peregrinación hasta la aldea del Rocío.

La economía de Villarrasa se apoya en la agricultura tradicional andaluza, con especial protagonismo de la trilogía mediterránea: vid, olivo y trigo. Esta circunstancia marca la gastronomía local, en la que destacan platos característicos de la campiña como caldereta de cordero, potaje de legumbres, espinacas con garbanzos y variedades de gazpacho. En cuanto a la repostería, son reconocidos dulces como los roscos fritos, torrijas y pestiños, elaborados con ingredientes de la tierra como aceite de oliva y miel.

Las tradiciones religiosas y festivas también ocupan un lugar central en la vida villarrasera. El calendario local incluye celebraciones como las Cruces de Mayo, la Semana Santa, la Feria en honor a la Patrona y la Peregrinación al Rocío, jornadas en las que la población participa de manera activa, llenando de color y significado las calles y plazas del municipio.

La localidad, que dispone de espacios culturales, casas hermandades y una red de caminos rurales, está adscrita administrativamente a la provincia de Huelva y forma parte de las rutas históricas, monumentales y naturales del suroeste andaluz.

Jabugo, un lugar en boca de todos



SITUADO en pleno Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Jabugo es uno de los municipios más reconocibles de la provincia, pese a su reducido tamaño. Rodeado de dehesas, encinares y caminos históricos, el pueblo se ha convertido en un referente del turismo gastronómico y de naturaleza, sin renunciar a la identidad serrana que lo define desde hace siglos.

El entorno natural ha marcado el desarrollo de Jabugo desde sus orígenes. Los restos arqueológicos hallados en su término municipal evidencian la presencia humana desde tiempos prehistóricos, mientras que su configuración actual se consolida a partir de la Edad Moderna, cuando logra su independencia administrativa a finales del siglo XVII. Desde entonces, la relación entre el hombre y la sierra ha sido clave para entender su evolución económica y social.

Hoy, Jabugo es conocido internacionalmente por su vinculación al jamón ibérico de bellota, un producto que ha trascendido lo local para convertirse en símbolo de excelencia gastronómica. Las condiciones climáticas de la sierra, junto a la cría extensiva del cerdo ibérico en la dehesa, han favorecido el desarrollo de una industria tradicional basada en el respeto al tiempo y al territorio. La Denominación de Origen Protegida Jabugo avala un proceso que

Jabugo ha convertido su entorno natural en un recurso turístico sin perder autenticidad



combina conocimiento ancestral y control de calidad.

No obstante, Jabugo es mucho más que jamón. Su red de senderos conec-

ta los distintos núcleos del municipio y pueblos cercanos, ofreciendo rutas accesibles entre bosques y pastos que invitan a recorrer la sierra a pie. Estos caminos, antiguos itinerarios de uso ganadero y vecinal, se han convertido en uno de los principales atractivos turísticos para quienes buscan contacto directo con la naturaleza. La gastronomía local se completa con embutidos tradicionales, guisos serranos y productos de temporada, que pueden degustarse en bares y restaurantes donde prima la cocina honesta y el producto de proximidad.

En un momento en el que el turismo rural gana protagonismo, Jabugo se posiciona como un destino que combina paisaje, historia y sabor. Un pueblo que ha sabido proyectarse al mundo sin perder la esencia de la sierra que lo rodea y le da sentido.



DONDE HABITA EL ALMA DE ALGO ÚNICO

un lugar en boca de todos

JABUGO
TURISMO



Miles de personas emprenden cada año el camino desde Albox hasta el Santuario para adorar a 'La Pequeñica'

El Saliente, un santuario que vertebría la fe y la identidad del Almanzora

En lo alto de la Sierra de las Estancias, dominando el paisaje que se abre sobre el valle del Almanzora, se alza el Santuario de Nuestra Señora del Buen Retiro de los Desamparados del Saliente, uno de los enclaves religiosos más emblemáticos de la provincia de Almería y epicentro de una devoción que, desde hace siglos, une a generaciones de fieles de Albox y de todo el norte de la provincia.

Más allá de su valor arquitectónico o paisajístico, El Saliente representa un fenómeno social y cultural profundamente arraigado en la vida del Almanzora,

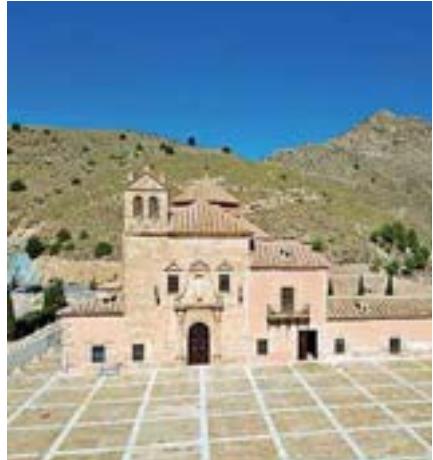
cuyo máximo exponente se vive cada año con la multitudinaria romería del 8 de septiembre, una de las más importantes de Andalucía oriental.

El origen del Santuario del Saliente se sitúa a finales del

siglo XVII y está rodeado de relatos legendarios que forman parte del imaginario popular.

La construcción del santuario actual comenzó en 1769, por iniciativa del obispo Claudio Sanz y Torres, sobre una antigua ermita. El complejo, de grandes dimensiones, se convirtió pronto en un referente religioso de primer orden en la provincia.

Pero este templo es mucho más que un edificio religioso enclavado en la montaña. Es un símbolo de fe compartida, tradición viva e identidad colectiva para Albox



y el Almanzora. Cada romería, cada promesa y cada subida al santuario refuerzan un vínculo que une pasado y presente, convirtiendo a La Pequeñica en uno de los grandes referentes espirituales del sureste español.

En el centro de esta devoción se encuentra la Virgen del Saliente, cariñosamente conocida como 'La Pequeñica' por su reducido tamaño, apenas 58 centímetros, aunque su significado simbólico y emocional resulta inmenso para sus devotos.

La imagen responde a una iconografía poco habitual: la de la Virgen apocalíptica, inspirada en el capítulo 12 del Apocalipsis. María aparece como la mujer vestida de sol, con la luna a sus pies y coronada por doce estrellas, representación de la lucha entre el bien y el mal y del triunfo de la fe. Este carácter apocalíptico la convierte en una de las advocaciones marianas más

singulares de toda España.

Su simbología, unida a las numerosas leyendas y testimonios de favores atribuidos a su intercesión, ha reforzado una devoción que trasciende lo estrictamente religioso para convertirse en un elemento identitario.

Cada 8 de septiembre, coincidiendo con la festividad de la Natividad de la Virgen, miles de personas emprenden el camino desde Albox hasta el Santuario, recorriendo a pie cerca de 20 kilómetros por la Rambla de Albox.

Durante la noche y la madrugada, promesas, cánticos, rezos y silencios compartidos convierten el camino en un ritual que se repite año tras año. Muestra de su valor cultural y social es su declaración como Fiesta de Interés Turístico de Andalucía.

La Virgen del Saliente es considerada patrona espiritual de Albox y del Valle del Almanzora, y su santuario actúa como punto de encuentro para fieles procedentes de toda la comarca y el resto de la geografía española.

La coronación canónica de la imagen en 1988, realizada por el papa San Juan Pablo II, supuso un hito histórico que reforzó aún más la relevancia del santuario dentro del mapa religioso andaluz.

Su visita es, sin duda, una de las grandes recomendaciones en el recorrido por la provincia de Almería. El Saliente recibe a lo largo de todo el año un flujo constante de peregrinos que acuden a cumplir promesas, dar gracias o simplemente encuentran en este enclave un espacio para el recogimiento y la paz.



**EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE
LUCAÍNENA
DE LAS
TORRES**





Viaje de setenta años por las antiguas excavaciones de Medina Azahara

La evolución del yacimiento desde las primeras excavaciones a principios del siglo XX hasta los años 80 es la protagonista de la exposición temporal que se pudo ver en octubre en el Conjunto Arqueológico de Medina Azahara, bajo el título La memoria revelada de Madinat al-Zahra (1911-1982). La muestra proponía un viaje de setenta años que ilustra los comienzos y la primera expansión del sitio arqueológico, en la que destaca una cuidadosa selección de imágenes, que aportan una visión inédita de las antiguas excavaciones. / Miguel Ángel Salas





Siente Casares los 365 días del año

CASARES no se visita, se siente. Se siente al llegar y descubrir su inconfundible silueta de casas blancas suspendidas sobre la montaña; al caminar por sus calles empinadas, llenas de historia y de vida; al detenerse y mirar al horizonte para comprobar cómo el Mediterráneo, el Estrecho de Gibraltar y el continente africano se funden en una panorámica única. Casares es, sin duda, uno de los pueblos más bellos de Andalucía, pero también uno de los más auténticos, un lugar que conserva su esencia intacta.

Su privilegiada ubicación, entre la Costa del Sol y la Serranía de Ronda, permite disfrutar en un mismo destino de playa, naturaleza y montaña. A pocos minutos del litoral y rodeado de espacios naturales de gran valor, Casares ofrece múltiples posibilidades para el ocio activo, el descanso y el contacto con el entorno. A ello se suman emblemáticos establecimientos hoteleros y exclusivos complejos turísticos, especialmente valorados por los amantes del golf y el turismo de calidad, que convierten al municipio en una opción ideal para disfrutar durante todo el año.

Pero Casares es mucho más que paisaje. Es historia viva. Aquí nació Blas Infante, Padre de la Patria Andaluza, lo que vincula al municipio de forma inseparable con la identidad, la cultura y los valores de Andalucía. Su patrimonio histórico y arqueológico, con yacimientos, vestigios y cavidades subterráneas, da testimonio de la presencia humana desde tiempos remotos, con etapas de especial relevancia en los períodos romano, árabe, medieval y contemporáneo.

Naturaleza, historia y cultura se entrelazan en un pueblo que conserva con orgullo sus tradiciones. Su gastronomía popular, ligada a la sierra, al campo y a los productos de temporada, y su folclore, con el fandango casareño como seña de identidad,



**Casares,
donde el
blanco de sus
calles se une
al azul del mar
y al alma de
Andalucía**

marzo; desde la emoción de la Semana Santa en abril y las carreras de montaña por parajes naturales únicos, al sabor de su gastronomía en mayo; del fuego y el mar en la Noche

de San Juan a las singulares ferias populares del verano; del duende del flamenco en agosto al cine andaluz en septiembre; de las rutas y tradiciones serranas del otoño, a las castañas, Tosantos y encuentros populares de noviembre; sin olvidar la magia de la Navidad, cuando Casares se transforma en un auténtico Belén y se convierte en el mejor lugar para dar la bienvenida a un nuevo año.

Casares tiene tantas razones para ser vivo como días tiene el año. Ven, descúbrelo y déjate llevar. Ven a sentir Casares los 365 días del año.

forman parte de una forma de vivir que se transmite de generación en generación.

Por todo ello, Casares es un destino para los doce meses del año. Más allá del turismo estacional y de los meses de verano, siempre hay un motivo para acercarse y descubrirlo. Cada mes ofrece una experiencia distinta, una celebración, una fiesta o una tradición que invita a vivir el pueblo desde dentro: desde el orgullo andaluz de febrero al colorido carnaval de

Islantilla

LEPE • ISLA CRISTINA

[HUELVA]



PLANIFICA
TU VISITA



ISLANTILLA
 @ISLANTILLA,
www.islantilla.es

Aroche: un lugar donde respirar naturaleza



De su increíble flora y fauna, hasta la tradicional jotilla o su sopa de peso. Este recorrido por la localidad nos lleva a disfrutar de un camino repleto de emociones.

Encinas alcornoques y quejigos dan forma a la silueta de las dehesas arochenas. Caminos donde el tiempo parece detenerse y bosques que bien podrían haber salido de una película de fantasía.

Así es Aroche, sin IA ni efectos especiales. Un lugar de ensueño que respira naturaleza en cada esquina, una ventana a un paraíso donde el buitre negro, el ciervo, el jabalí y un sinfín de insectos, anfibios y reptiles se nutren de la riqueza ambiental de esta tierra fértil que rodea el municipio.

BOSQUES Y DEHESAS: SENDEROS DE ENSUEÑO

Caminar sin prisa, respirar y observar cada color, forma y detalle que ofrece el ecosistema de Aroche. Ese es, sin duda, uno de los momentos más especiales que regala este pueblo situado en pleno corazón del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, donde el turismo de naturaleza ha cobrado un papel muy importante en los últimos años.

“Conservarlo, rehabilitarlo y fomentarlo está en nuestras manos y es por ello por lo que, desde el Ayuntamiento de Aroche, nos planteamos para este 2026 esta labor primordial”, asegura la alcaldesa, Cristina Romero Sancha, quien además añade que “una seña de identidad arochena como su naturaleza debe poder estar al alcance de todos, y qué mejor forma que recorrerla a través de los senderos”.

De esta forma, ya está en marcha la subvención para la rehabilitación del Camino Viejo del Hurón-El Cerro. Otro de los proyectos, también relacionado con el senderismo, es la adecuación de la unión de Almonaster la Real, Cortegana y Aroche a través del sendero más antiguo de Andalucía,

Este recorrido por esta localidad nos lleva a disfrutar de un camino repleto de emociones



el primero en homologarse en la Comunidad Autónoma, el PR-A 1. Este ambicioso plan conecta los tres pueblos en un recorrido lineal único de un total de 21 kilómetros que puede transitarse a pie o en bicicleta.

TRADICIÓN: DE LA JOTILLA A LA SOPA DE PESO

En la Sierra de Aroche, Sierra de flores. Precisamente en honor a la naturaleza, costumbres, tradiciones y creencias fue creada la jotilla de Aroche, hoy reconocida en muchas partes de nuestra geografía gracias a los arochenos, que continúan cantándola y bailándola ataviados con el traje típico, derrochando color y alegría en cada paso.

Revoleaste la mantilla que por eso. Así, meciendo la mantilla al son de la música y las castañuelas aprenden, de las mayores,

las nuevas generaciones. Un baile que une y que está más vivo que nunca con la escuela de baile de Cruz M^a Haldón, creada para tal fin, y con el grupo de la Hermandad de San Isidro Labrador, entre quienes se encuentran Inma Pérez y José Antonio Acedo, maestros y referentes también de esta danza. Y completando la tradición, no hay nada como hacerlo desde el paladar, degustando su famosa sopa de peso, un caldo cuyo nombre se remonta a los días en los que, antes de la matanza del cerdo, se procedía a su pesaje en el campo, en reuniones que se alargaban en una mesa con este plato como protagonista.

Con solo unos pocos ingredientes, entre los que se encuentran la carne de pavo o pollo, cebolla y ajo, almendras, hierbabuena y huevo duro, este majar, servido en un recipiente de barro, se convierte en una delicia sobre todo en días fríos.



#TransformamoselPlanetaAqua



Cortegana, propuestas para una experiencia única



CORTEGANA es una de las localidades más representativas del Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, un espacio de gran riqueza medioambiental y paisajística donde la dehesa de encinas y alcornoques y los bosques de castaños conforman un ecosistema único en el sur de España. Cortegana, además presenta un término municipal con dos territorios bien diferenciados que aportan una riqueza extraordinaria al municipio: la zona minero-andealeña con los núcleos de Valdelamusa y San Telmo y la zona serrana con el núcleo principal y las pedanías de La Corte y Puerto Lucía.

Si hay un monumento representativo del municipio es su imponente Castillo, el más visitado de la provincia de Huelva. De origen medieval y declarado Bien de Interés Cultural, jugó un importante papel militar en la denominada "Banda Gallega". Totalmente restaurado y visitable, añade el interés de unas

magníficas vistas del pueblo y de toda la comarca.

Junto a él, se sitúa la Ermita de la Virgen de la Piedad, Patrona de Cortegana, hermoso y sencillo templo del S. XIII que podría suponer la primera presencia cristiana en estas tierras. Destacar también la Parroquia del Divino Salvador (S.XIV), el edificio de culto más importante de Cortegana. Declarado Bien de Interés Cultural, sorprende por sus grandes dimensiones y la presencia de distintos estilos arquitectónicos que la han enriquecido con el devenir de la historia. La Iglesia de San Sebastián del S. XIV, de estilo gótico mudéjar que acoge el aclamado Belén Napolitano. A la salida del pueblo, en el camino antiguo hacia Aroche, se encuentra la Ermita del Calvario.

Otros lugares de obligada visita en este municipio serrano son la Casa Mudéjar del S. XV, la plaza de toros de 1854 o las innumerables

La oferta festivo cultural de Cortegana incluye actividades a lo largo de todo el año

bles fuentes que riegan sus calles y plazas. También es recomendable visitar los vestigios del desarrollo industrial y minero en Valdelamusa y San Telmo.

La oferta festivo-cultural de Cortegana, incluye actividades a lo largo de todo el año destacando Las Jornadas Medievales el segundo fin de semana de Agosto (las más antiguas de Andalucía), declaradas recientemente Fiestas de Interés Turístico y albergando el único festival internacional de Música Celta del sur de España por el que pasa cada año los artistas más importantes del panorama internacional en este género; la Romería de San Antonio de Padua (de las más multitudinarias de nuestra comarca) y la Semana Santa, considerada de las más relevantes de la provincia.

Destacar las fiestas patronales consagradas a Nuestra Señora de la Piedad. Procesiona el 8 de septiembre por las calles de Cortegana con gran sentimiento entre sus habitantes y allegados. En los días sucesivos tiene lugar la Feria, donde el ambiente se manifiesta durante cuatro días entre casetas y atracciones. Este año, esta fecha contará con un hecho histórico que se sumará a tan importante celebración, la salida de la etapa de la Vuelta Ciclista a España que recorrerá la provincia de Huelva. En cuanto a la gastronomía, debemos destacar los productos ibéricos de cerdos criados en libertad en las múltiples y frondosas dehesas que tiene esta localidad serrana.



LA manera en que una provincia decide presentarse dice mucho de cómo se entiende a sí misma. En esta edición de FITUR, Huelva elige contarse desde la emoción, desde la identidad y desde el trabajo compartido de sus municipios. No como un destino que se impone, sino como un lugar que se reconoce. Un relato construido con calma, con verdad y con una mirada profundamente ligada al territorio. Bajo el paraguas institucional de la Junta de Andalucía, ya a través del trabajo conjunto de la Diputación de Huelva y la Agencia Destino Huelva, la provincia llega a FITUR con una programación amplia y diversa que refleja las nuevas motivaciones del viajero: autenticidad, sostenibilidad, experiencias con sentido y conexión emocional con los lugares que visita.

Elegir Huelva no es una decisión casual. Como ocurre cada invierno en las marismas, cuando miles de flamencos regresan guiados únicamente por el instinto, el viajero actual también reconoce los lugares donde la vida es posible. Huelva es uno de ellos. Un destino que no necesita artificios para convencer, porque ofrece equilibrio, luz, paisaje y una forma de vivir que permanece.

Cultura y patrimonio, gastronomía, sol y playa, deporte y turismo activo, y naturaleza vertebran la oferta turística de Huelva. Fiestas y tradiciones que siguen vivas, festivales culturales, espacios patrimoniales y propuestas inmersivas conviven con una gastronomía de origen —vinos del Condado, jamón de Jabugo, productos del mar, oleoturismo— que convierte el sabor en experiencia.

El litoral se muestra como una costa luminosa y diversa, en constante evolución, mientras que el interior invita a descubrir pueblos con alma, senderos, espacios naturales y un modelo de ecoturismo que no es

tendencia, sino forma de vida. No en vano, un tercio del territorio provincial está protegido medioambientalmente, situando a Huelva entre los destinos mejor conservados del sur de Europa. Esa relación profunda con el paisaje convierte también a la provincia en un escenario privilegiado para el deporte y el turismo activo. Huelva es una gran provincia para recorrerla en movimiento, para vivirla al aire libre. En esta línea, la mirada se proyecta ya hacia 2026, cuando una etapa histórica de la Vuelta Ciclista a España recorrerá el territorio de norte a sur, mostrando al mundo su diversidad paisajística y su capacidad organizativa.

HUELVA, LUZ Y VERSO

Dentro de esta estrategia, la Diputación de Huelva presenta en FITUR Huelva, Luz y Verso, una publicación concebida como carta de presentación del destino. No es una guía al uso ni un folleto promocional, sino una invitación a mirar Huelva con calma. Un gesto de bienvenida que acompañará al visitante desde su llegada, también en los hoteles, a

través de fotografías que se quedan en la memoria y textos que ponen palabras a lo que se siente al recorrer la provincia. Una forma contemporánea de sugerir el destino y despertar el deseo de descubrirlo.

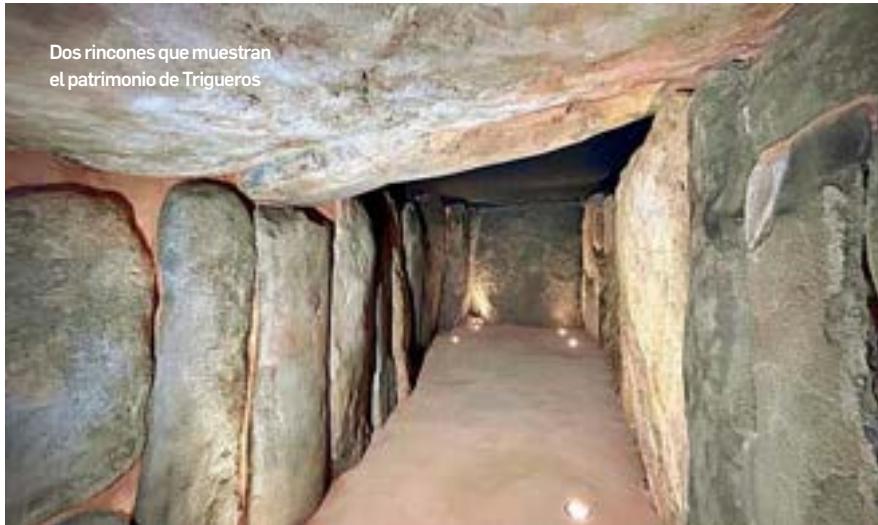
Huelva es también historia que mira al mundo. Los Lugares Colombinos recuerdan su vocación atlántica y su papel como espacio de encuentro entre continentes, una identidad abierta que sigue proyectándose al presente y al futuro. Quizá por eso, como escribió el pintor José Caballero, Huelva es “pudica en gestos y parca en palabras”. Capaz de la aventura sin necesidad de hacer ruido.

Un destino que se cuenta en luz y en verso. Y al que, como los flamencos que regresan cada invierno, siempre se vuelve.





Trigueros, historia milenaria en la tierra llana de Huelva



Dos rincones que muestran el patrimonio de Trigueros

TRIGUEROS, una villa que guarda entre sus campos, calles y monumentos un legado histórico y cultural de enorme valor. Un destino que invita a ser descubierto con calma, ofreciendo al visitante una experiencia auténtica en la que el pasado más remoto convive con la vida cotidiana de un pueblo orgulloso de su identidad.

Trigueros es referente internacional del megalitismo gracias al Conjunto Megalítico de Soto, uno de los espacios prehistóricos más sobresalientes del sur de Europa. Su máximo exponente es el Dolmen de Soto, una construcción funeraria con más de cinco mil años de antigüedad que impresiona por sus dimensiones, sus grabados simbólicos y por el extraordinario fenómeno de luz que se produce durante los

equinoccios, cuando el sol recorre su largo corredor. Junto a él, Soto 2 y Soto 3 aguardan aún a revelar muchos de sus secretos, configurando un paisaje arqueológico que continúa siendo objeto de estudio y admiración.

Muy pronto, esta experiencia se verá enriquecida con la apertura del CIMO, un espacio concebido para ofrecer una lectura didáctica y accesible del fenómeno megalítico en la provincia de Huelva. Este centro convierte al Dolmen de Soto en cabecera y punto de referencia de la red de dólmenes onubenses, reforzando el papel de Trigueros como enclave clave para comprender la prehistoria del territorio.

En Trigueros es posible admirar el paso del hombre por la historia de la humanidad. A sus megalitos, se incluyen otros re-

Trigueros, joya patrimonial de la Tierra Llana, invita a un viaje sereno por más de cinco mil años de historia

cursos turísticos donde se puede observar la huella romana del municipio, así como su legado medieval, tras la conquista castellana de 1262, cuando pasó a formar parte del concejo de Niebla y posteriormente de su condado, hasta alcanzar su independencia el 11 de julio de 1678. De esa evolución histórica da fe la Iglesia de San Antonio Abad, templo gótico-mudéjar, muy del estilo de las construidas por Alfonso X el Sabio, que preside la Plaza de España y se erige como uno de los grandes iconos patrimoniales del municipio.

Desde este núcleo urbano se despliega un conjunto de edificios y espacios que narran la importancia cultural de Trigueros, como el Antiguo Colegio Jesuita de Santa Catalina, la Plaza y el Convento del Carmen, la Capilla de San Antonio Abad, la Iglesia de la Misericordia o la Casa Museo de Juan Vides. Todo ello se integra en un entramado de calles vivas, donde la hospitalidad de sus gentes, la gastronomía ligada al producto local, la tradición ganadera del toro bravo y un clima amable durante gran parte del año completan la experiencia.

Trigueros se presenta así como un destino que emociona, sorprende y deja huella. Un lugar donde la historia se pisa, se mira y se siente, confirmando por qué es considerada, con pleno derecho, la joya de la tierra llana de Huelva.

El Bulevar Ciudad de Vícar, 20 años como corazón del Poniente Almeriense



El Bulevar Ciudad de Vícar, una de las arterias principales del municipio.

En este año 2026 el Bulevar Ciudad de Vícar conmemora su 20 aniversario consolidándose como uno de los espacios urbanos más emblemáticos del municipio de Vícar y de la provincia de Almería. Lo que nació como un ambicioso proyecto de regeneración y vertebración urbana es hoy un auténtico símbolo de identidad, convivencia y proyección de futuro para el municipio de Vícar y para todo el Poniente almeriense.

La creación de este eje urbano constituyó todo un hito desde sus inicios al completar su construcción en apenas un año. Así, a lo largo de estas dos décadas, el Bulevar ha transformado la fisonomía de la localidad convirtiéndose en una gran arteria peatonal y social que conecta barrios, personas y culturas. Con más de tres kilómetro de longitud, este espacio abierto combina zonas verdes, áreas de descanso, fuentes, espacios infantiles y una cuidada integración paisajística que invita a pasear, disfrutar y, en definitiva, vivir la ciudad de Vícar. Asimismo, su diseño moderno y accesible lo ha convertido en un ejemplo de urbanismo pensado para las personas.

Con motivo del 20 aniversario del Bulevar



Placa conmemorativa en el espacio vicario.



Construcción del bulevar hace dos décadas.

Ciudad de Vícar, desde el Ayuntamiento se pondrán en marcha diferentes celebraciones a lo largo del año 2026 con las que recordar y conmemorar su contribución a la vida diaria de los vicarios. Y es que la infraestructura no solo sirvió para unir y conectar aún más a los vecinos y vecinas, sino que es testigo de la historia del municipio. Durante los últimos veinte años ha servido como escenario para mercados artesanales, competiciones deportivas, eventos culturales y celebraciones.

Desde el punto de vista turístico, el Bulevar se ha convertido en una excelente puerta de entrada para conocer Vícar. Su entorno ofrece una amplia oferta de restauración, comercio local y servicios, donde el visitante puede degustar la gastronomía local, comprar productos de proximidad y disfrutar de la hospitalidad que caracteriza al municipio. Además, su ubicación estratégica permite explorar fácilmente otros atractivos de la zona, conectando con la costa, el paisaje agrícola del 'mar de plástico' o las vistas a la Sierra de Gádor.

Asimismo, a la revolución social y urbana que supuso la creación del Bulevar Ciudad de Vícar se sumó, poco después, el Bulevar de la Paz. Juntos crean una cruz perfecta que vertebría tanto la vida como la circulación de Vícar aportando conectividad y seguridad. Por todo ello, con la celebración de este 20 aniversario se pretende poner en valor no solo una infraestructura urbana, sino también un modelo de ciudad inclusiva, sostenible y participativa que crece sin frenos.



Alájar, historia viva entre montañas

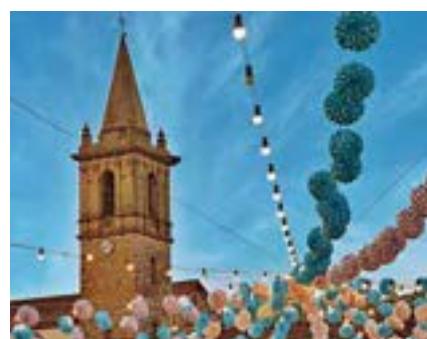
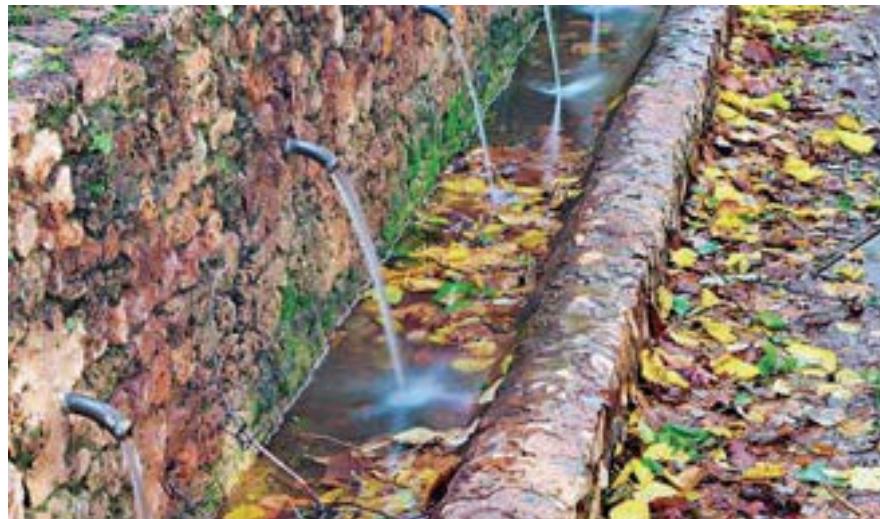
IGNACIO NAVARRO FERNÁNDEZ

ENCLAVADA en el corazón del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Alájar es un destino que conquista por su autenticidad. Rodeado de montañas, bosques y silencio, este pequeño municipio serrano conserva una identidad forjada a lo largo de los siglos, donde historia y vida cotidiana conviven de forma natural.

Sus orígenes se remontan a tiempos prerromanos, aunque fue durante la etapa musulmana cuando el asentamiento adquirió mayor relevancia. El nombre de Alájar procede del árabe Al-hayar, “lugar de piedras”, en clara referencia al paisaje rocoso que lo rodea y a su ubicación a los pies del travertino de la Peña de Arias Montano. Tras la Reconquista cristiana, el pueblo pasó a formar parte del Reino de Sevilla y desarrolló una economía basada en la agricultura, la ganadería y el aprovechamiento del monte, actividades que aún hoy definen el carácter del territorio.

Recorrer su casco antiguo supone sumergirse en la arquitectura popular andaluza de sierra. Calles empedradas, casas encaladas y tejados de teja árabe configuran un entramado urbano armónico que invita a pasear sin prisas. La práctica totalidad del municipio está declarada Bien de Interés Cultural y Conjunto Histórico-Artístico, destacando el callejero de origen árabe y la Iglesia Parroquial de San Marcos. Las plazas actúan como espacios de encuentro y son el lugar ideal para que los visitantes disfruten de la gastronomía local.

La Peña de Arias Montano es el enclave más emblemático de Alájar y uno de los grandes miradores de la Sierra de Huelva. Este espacio, cargado de simbolismo histórico y espiritual, está ligado a la figura del humanista Benito Arias Montano, quien halló aquí un lugar de retiro e inspiración en el siglo XVI. En la actualidad, el

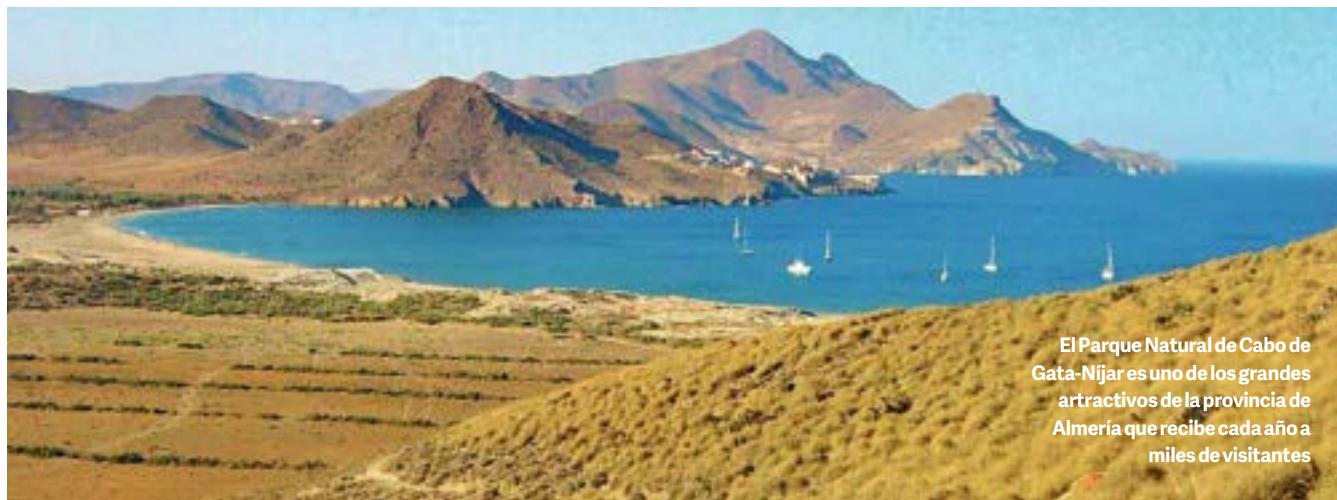


Santuario de Nuestra Señora de los Ángeles y las vistas panorámicas convierten la peña en una visita imprescindible.

Su entorno alberga además un conjunto de cuevas que han acompañado la vida serrana durante siglos. Utilizadas primero como refugio para vivir —con testimonios desde el Calcolítico— y después como apoyo a las labores ganaderas, estas formaciones son reflejo de la relación ancestral entre el ser humano y la montaña. Hoy for-

Caminar por Alájar es una invitación a conocer la sierra con calma y autenticidad

man parte esencial de las visitas guiadas del entorno, permitiendo conocer mejor la historia y la naturaleza de este lugar singular. Más allá del núcleo principal y la Peña de Arias Montano, Alájar se completa con varias aldeas que muestran distintas formas de habitar la sierra. El Calabacino es la más conocida, destacando por su carácter alternativo, su arquitectura integrada en el paisaje y su apuesta por una vida sostenible. El Cabezuelo y el Collado conservan la arquitectura tradicional entre valles y huertas aún en uso. La aldea de los Madroñeros, escondida entre colinas, carece de tuberías y electricidad, ofreciendo un auténtico viaje al pasado. Caminar por Alájar es, en definitiva, una invitación a conocer la sierra con calma y autenticidad.



El Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar es uno de los grandes atractivos de la provincia de Almería que recibe cada año a miles de visitantes

El Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, un enclave único y singular para recorrer a pie



NÍJAR continúa consolidándose como uno de los grandes destinos de turismo activo y de naturaleza de Andalucía. El municipio, enclavado en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, cuenta con una extensa red de senderos que permiten recorrer algunos de los paisajes más singulares del sureste peninsular, combinando valores medioambientales, patrimonio histórico y miradores naturales de primer nivel.

Para facilitar el acceso y la comprensión de estos itinerarios, el Ayuntamiento presentó en la última edición de FITUR la Guía de Senderos y Miradores de

poner en valor el patrimonio natural y cultural de la zona.

Entre los caminos más destacados figuran rutas que conectan núcleos históricos y espacios protegidos, como el itinerario ciclopeatonal entre Los Albaricoques y Rodalquilar, que atraviesa el Cortijo del Fraile, escenario real que inspiró Bodas de sangre de Federico García Lorca. También sobresalen tramos del Camino de Santiago Argar-Sureste, actualmente en proceso de recuperación a su paso por Níjar, o la prolongación de la Vía Verde de Lucainena en dirección a Agua Amarga, un proyecto en cuya re-

dacción se trabaja actualmente.

Cada uno de estos senderos cuenta con información detallada sobre su dificultad, puntos de interés, valores ambientales y elementos históricos, convirtiéndose en una propuesta atractiva tanto para senderistas experimentados como para visitantes ocasionales.

Además, en el marco esta nueva edición de FITUR, el Ayuntamiento anunciará la incorporación de dos nuevos senderos a esta red. El primero será el Sendero del Litoral Nijareño, un recorrido dividido en cuatro etapas que unirá La

Fabriquilla con Agua Amarga, permitiendo descubrir calas, acantilados volcánicos y playas vírgenes a lo largo de la costa del Parque Natural.

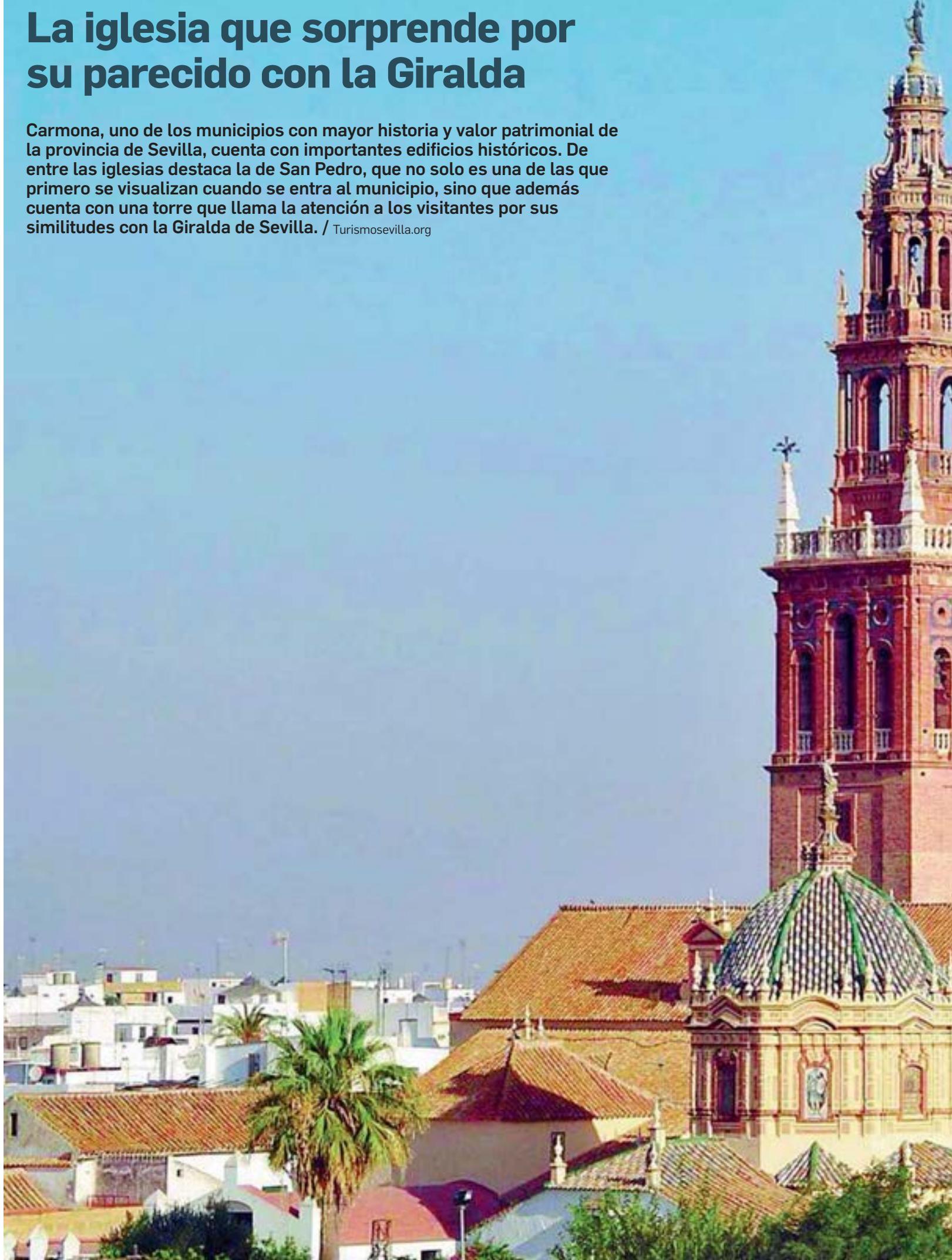
El segundo, denominado La Senda del Pirata, propone un itinerario interpretativo que combina paisaje, historia y valores ambientales. Esta ruta permitirá al visitante comprender la evolución del territorio, sus antiguos usos y su riqueza ecológica, a través de paneles explicativos y puntos de observación integrados en el entorno.

Con estas nuevas incorporaciones, Níjar refuerza su apuesta por un modelo de turismo sostenible, basado en el respeto al medio ambiente y en la puesta en valor de su excepcional patrimonio natural. La red de senderos se consolida así como una de las principales señas de identidad del municipio y un reclamo creciente para los amantes del senderismo, la fotografía y la contemplación del paisaje.

En FITUR, Níjar presentará dos novedades en su mapa de caminos: uno por el litoral y la llamada Senda del Pirata

La iglesia que sorprende por su parecido con la Giralda

Carmona, uno de los municipios con mayor historia y valor patrimonial de la provincia de Sevilla, cuenta con importantes edificios históricos. De entre las iglesias destaca la de San Pedro, que no solo es una de las que primero se visualizan cuando se entra al municipio, sino que además cuenta con una torre que llama la atención a los visitantes por sus similitudes con la Giralda de Sevilla. / Turismosevilla.org







El municipio onubense tiene un animado ambiente

Higuera de la Sierra, un sinfín de posibilidades

En pleno corazón del Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, en la provincia de Huelva, se alza uno de los municipios más hermosos y completos de Andalucía: Higuera de la Sierra, una localidad que ha sabido conjugar a la perfección un valioso patrimonio natural y cultural, cualidades a las que se suma una arraigada y preciada tradición navideña y una gastronomía de reconocido prestigio.

Recorrer Higuera de la Sierra invita a hacerlo sin prisas, dejándose sorprender por cada rincón que surge en un trayecto, donde muy pronto el visitante percibirá que el agua tiene un papel protagonista. Y es que no pasa desapercibida ante la presencia de numerosas fuentes y pilas, como la Fuente del Cristo, la Fuente de Enmedio, la Fuente de San Antonio o La Fontanilla.

Vinculado también a esta singular imagen se encuentra el Paraje de las Tobas, uno de los enclaves más queridos por los vecinos y un espacio privilegiado donde se fusionan vegetación y roca. Coronado por un mirador con impresionantes vistas, es una formación cárstica por la que el agua discurre de manera continua, dando lugar a pequeñas cuevas y oquedades. En su interior, varias imágenes de la Virgen refuerzan el carácter simbólico y casi mágico que desde



hace siglos envuelve este espacio único.

Tras disfrutar de su rico patrimonio, llega el momento de reponer fuerzas. Higuera de la Sierra lo pone muy fácil, gracias a una impresionante propuesta gastronómica. Resulta fundamental hacer una parada en la bodega y fábrica de jamones Oro Viejo, adscrita a la Denominación de Origen Protegida Jabugo, cuyos productos cuentan con gran prestigio en todo el país.

Tampoco se entiende una estancia en el municipio sin degustar los licores artesanales de la Destilería Martes Santo. Fundada en 1870, esta empresa ha sabido conservar intacta su esencia, manteniendo la destilación en alambique de cobre alimentado con leña de encina y utilizando exclusivamente frutas naturales del propio parque natural. Una combinación de tradición y calidad que la ha convertido en un referente del sector.

La destilería cuenta, además, con un museo ubicado en un edificio diseñado por el prestigioso arquitecto Aníbal González. De acceso gratuito, este espacio,

que supera los 500 metros cuadrados, entre salas expositivas, jardines y huertos ecológicos, permite conocer de cerca el proceso artesanal y culmina la visita con degustaciones de sus productos.

CABALGATA DE REYES

No obstante, si hay algo que identifica a Higuera de la Sierra más allá de su entorno natural, su patrimonio y su cocina, es su estrecha vinculación con la Navidad. El municipio es conocido por su histórica Cabalgata de Reyes Magos, un evento con más de un siglo de historia que constituye uno de los principales referentes culturales y etnográficos de Andalucía. Su belén viviente recrea escenas bíblicas con gran fidelidad, interpretadas por vecinos caracterizados con vestimentas de época que permanecen inmóviles, creando la sensación de que el tiempo se ha detenido.

No hay duda de que la noche del 5 de enero adquiere aquí una dimensión especial. La Cabalgata, la más antigua de Andalucía y la segunda de España, está declarada Fiesta de Interés Turístico de Andalucía y ha recibido numerosos reconocimientos, entre ellos la Medalla de Oro de la provincia otorgada por la Diputación de Huelva. Un total de dieciséis carrozas recorren las calles portando escenas bíblicas estáticas, representadas íntegramente por higuereños. Y cada año, miles de personas se acercan para presenciar este espectáculo único. Como muestra de su relevancia, fue distinguida con la Bandera de Andalucía, entregada por la Junta de Andalucía y recogida por el alcalde y la presidenta de la Cabalgata.



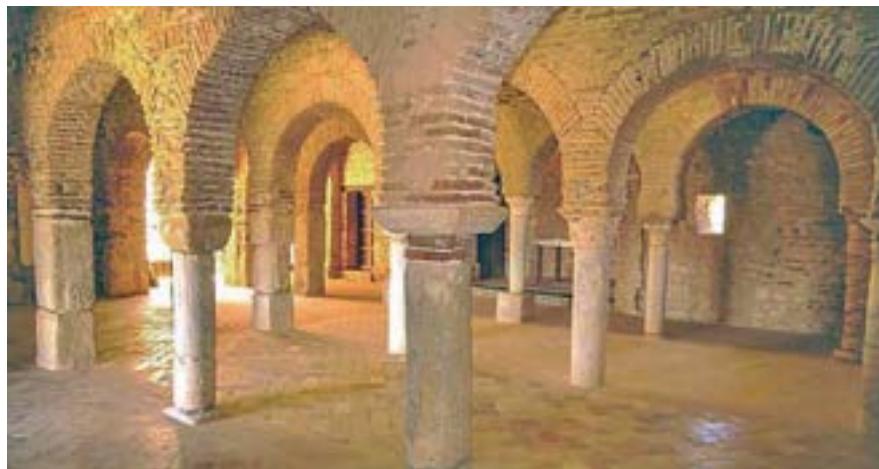
Vista aérea del municipio onubense, enclavado en la sierra

Almonaster la Real, un pueblo para mirar despacio

ALMONASTER la Real es un municipio destacado de la provincia de Huelva, enclavado en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche y reconocido como uno de los Pueblos Más Bonitos de España. Declarado Conjunto Histórico-Artístico desde 1982, este enclave integra paisajes serranos, legado histórico y un notable conjunto arquitectónico que lo convierten en un referente del turismo rural y cultural de Andalucía. Su pertenencia a la red nacional de municipios con patrimonio singular así como su localización estratégica, refuerzan su papel dentro de la oferta turística de la provincia y el suroeste peninsular.

El municipio onubense se ha consolidado como uno de los destinos preferidos para los viajeros interesados en descubrir la autenticidad, la historia y la biodiversidad de la sierra. Calles empedradas, viviendas tradicionales y la superposición de estilos arquitectónicos reflejan los variados momentos históricos de la localidad. En Almonaster la Real conviven testimonios del pasado islámico, como la famosa mezquita, con elementos propios del gótico, el mudéjar y el renacimiento, todos perfectamente integrados en el paisaje urbano. Esta combinación genera un entorno en el que se percibe la evolución de siglos de historia local y regional.

Los numerosos miradores presentes en Almonaster la Real, tanto en sus accesos como en el interior del casco urbano, ofrecen al visitante la posibilidad de contemplar panorámicas de la sierra, con su mosaico de valles, bosques y los perfiles blancos de las poblaciones cercanas. Lugares como la Era de la Cuesta o las elevaciones cercanas a la Plaza de la Memoria se han



ESCOBEDO

Un recorrido por su patrimonio, sus miradores y la relación única entre historia y paisaje

actividades organizadas de fotografía, rutas interpretativas y eventos de promoción del turismo sostenible.

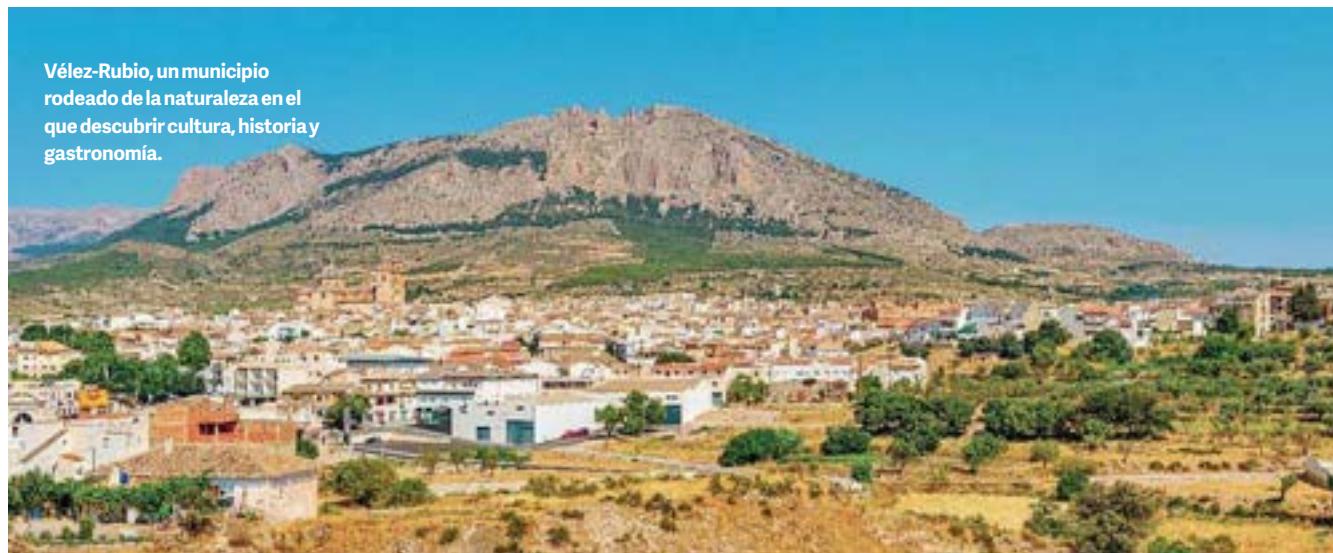
La Mezquita de Almonaster la Real constituye uno de los símbolos más significativos del municipio y de la provincia de Huelva. Este edificio, fechado entre los siglos IX y X, destaca por ser el único ejemplo de arquitectura islámica rural, conservado in situ en todo el territorio onubense. Declarada Bien de Interés Cultural, la

convertido en puntos de observación privilegiados, atrayendo tanto a los viajeros como a los propios residentes. En estos espacios, las vistas no solo sirven para el disfrute visual, sino que han generado en los últimos años

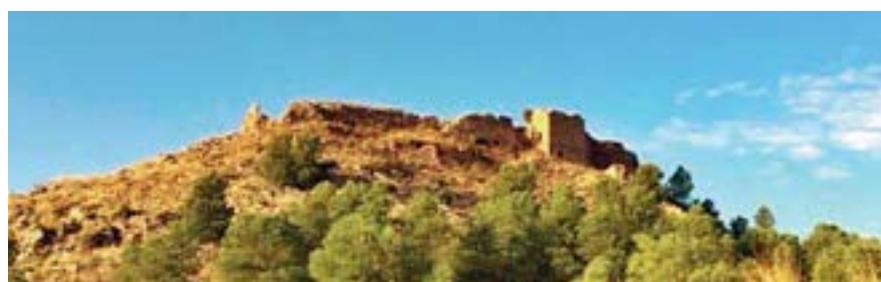
mezquita no solo se estudia por su valor arquitectónico, sino por su función como espacio de encuentro y su ubicación estratégica sobre una colina con vistas a todo el pueblo y el entorno serrano. En la actualidad, la mezquita acoge habitualmente jornadas culturales, visitas guiadas y actividades didácticas organizadas por el Ayuntamiento, en colaboración con diversas entidades patrimoniales.

Almonaster la Real cuenta con otros puntos de interés integrados en su vida cotidiana y actividades tradicionales. La Plaza de la Memoria, el popular Paseo de Ronda y espacios como la Era de la Cuesta continúan siendo escenario de eventos festivos y culturales a lo largo de todo el año.

Almonaster la Real apuesta por un modelo turístico respetuoso con su entorno y arraigado en la identidad local, lo que ha favorecido la llegada de visitantes nacionales e internacionales interesados en un turismo interior de calidad.



Vélez-Rubio: un destino inmejorable



El municipio de Vélez-Rubio, ubicado en la comarca de los Vélez, al norte de la provincia de Almería, es un destino de calidad que combina naturaleza, historia y cultura en un entorno privilegiado ideal para quienes buscan una escapada inolvidable en Andalucía.

La Semana Santa, declarada Fiesta de Interés Turístico de Andalucía, es una de las épocas más especiales para visitar esta localidad, ya que en estas fechas, el municipio se transforma y sus calles se llenan de solemnidad, devoción y tradi-

ción a través de numerosas procesiones que ponen en valor la riqueza cultural y patrimonial de la localidad.

Entre sus monumentos más representativos destaca la Iglesia de Nuestra Señora de la Encarnación, considerada uno de los mejores ejemplos del barroco andaluz del siglo XVIII, con una imponente fachada y un interior que reflejan la importancia histórica y religiosa del municipio.

Además, entre sus atractivos culturales destaca el Museo Comarcal Miguel

Guirao, un espacio imprescindible para conocer su historia a través de valiosas colecciones de arqueología, etnografía y arte, con piezas que abarcan desde la prehistoria hasta nuestros días. Asimismo, pasear por el casco histórico de Vélez-Rubio es como viajar en el tiempo gracias a sus casas señoriales, plazas y rincones pintorescos, que permiten sumergirse en la esencia de esta inigualable localidad almeriense.

Para los amantes de la naturaleza y el turismo activo, Vélez-Rubio es la puerta de entrada al Parque Natural de Sierra

Maria-Los Vélez, un espacio de gran valor ecológico y paisajístico. Desde el municipio parten numerosas rutas de senderismo, como la de Los Ruices y La Monja, Río Chico y Cueva del Toro, o la Fortaleza de Castellón, un sendero

circular de 7,74 kilómetros que asciende hasta el Castellón a través de una senda bien señalizada. Estas rutas permiten disfrutar de espectaculares vistas, flora y fauna autóctonas, convirtiendo la visita en una experiencia completa para todos los sentidos.

Por último, la gastronomía es otro de sus principales atractivos turísticos. Los restaurantes y bares de la localidad ofrecen platos típicos de la comarca y la provincia almeriense, como el cordero segureño o las tradicionales migas, que conquistan los paladares de todos aquellos que tienen la oportunidad de degustar dichas exquisitezas de la cocina más representativa.

Su Semana Santa es santo y seña de la localidad, que se une a un importante patrimonio histórico

Mojácar Sostenible: el mayor salto digital de la mano de la inteligencia artificial

El Ayuntamiento de Mojácar ha acogido la implantación de dos proyectos que suponen el mayor salto tecnológico del municipio en materia de movilidad, turismo y gestión urbana. Se trata del Proyecto de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD 2025) y del programa Cicerone 2025, que combinan sensores de análisis, cámaras inteligentes, paneles digitales y un asistente turístico basado en inteligencia artificial.

El nuevo ecosistema digital permite monitorizar los flujos de visitantes, mejorar la seguridad y ofrecer información turística personalizada tanto en la vía pública como en oficinas y espacios municipales.

El PSTD 2025 ha permitido desplegar una Plataforma de Inteligencia Turística que centraliza datos de actividad turística, movilidad, ocupación hotelera, rendimiento digital y comportamiento del visitante. A este sistema se suman 20 sensores WiFi capaces de analizar la afluencia en tiempo real y 28 cámaras de movilidad

ubicadas en accesos, rotundas y zonas transitadas del municipio. El equipamiento lo completan ocho cámaras de control de aparcamientos y paneles informativos para conocer la ocupación de los parkings municipales.

En paralelo, el proyecto Cicerone 2025 incorpora tótems interactivos de información turística, tanto exteriores como interiores, así como un videowall LED, monitores táctiles, tablets informativas y un punto digital de carga. Todo ello se integra con Cicerone AI, un asistente turístico basado en inteligencia artificial generativa que ofrece recomendaciones personalizadas, rutas y respuestas inmediatas en varios idiomas.

Los nuevos sistemas permiten conocer los patrones de movilidad en las principales zonas del municipio, analizar los picos de afluencia, gestionar aparcamientos y recopilar indicadores clave para la planificación turística.

Los paneles interactivos instalados —cuatro tótems exteriores de 55 pulgadas y tres interiores, además de un atril digital y monitores táctiles— sirven como puntos de información permanente. Desde ellos, visitantes y residentes pueden consultar rutas, agenda cultural, comer-



Mojácar ha instalado en su red viaria tótems interactivos para ofrecer al visitante una atención personalizada

APUNTE

TÓTEMES INTERACTIVOS

Cicerone AI está ya integrado en la red de tótems interactivos exteriores e interiores, tablets informadoras, monitores táctiles y el portal oficial de turismo del municipio. Los dispositivos instalados permiten interactuar con la IA mediante pantallas táctiles de alta luminosidad, disponibles en calles, plazas y espacios municipales, ampliando los puntos de información más allá de la oficina de turismo. El alcalde destacó que esta herramienta forma parte de un proceso más amplio de digitalización: "Estamos combinando sistemas de movilidad inteligente, paneles interactivos y ahora Cicerone AI para situar a Mojácar entre los destinos turísticos mejor preparados digitalmente". La concejala añadió: "El objetivo es claro: que quien visite Mojácar encuentre información útil, personalizada y accesible desde cualquier punto, y que el Ayuntamiento tenga datos sólidos para seguir mejorando".

cios locales, eventos y servicios. Todas las pantallas están conectadas a la nube y funcionan 24 horas al día.

Por su parte, Cicerone AI actúa como guía digital, capaz de ofrecer información ajustada al perfil de cada visitante, registrar datos estadísticos y realizar en-

cuestas de satisfacción.

El alcalde de Mojácar, Francisco García Cerdá, destacó que la digitalización "supone un cambio profundo en la forma de gestionar el municipio". "Los nuevos sistemas nos permiten conocer cómo se mueve la gente, qué demandan los visitantes y en qué zonas debemos actuar. Esto nos proporciona criterios objetivos para planificar mejor", explicó.

Sobre la implantación de paneles y la asistencia por inteligencia artificial, García Cerdá señaló: "La información turística ya no depende de horarios ni de personal disponible. El visitante puede consultar todo lo que necesita en cualquier momento, desde un tótem o desde el asistente digital. Es un avance importante para un municipio con tanta afluencia como el nuestro".

El regidor afirmó que Mojácar "continuará apostando por la modernización y el uso de datos para mejorar la vida de los vecinos y la competitividad del destino".

Con la puesta en marcha de estos sistemas, Mojácar se posiciona entre los municipios andaluces con mayor integración tecnológica para la gestión turística. Los dispositivos y plataformas implantadas permiten mejorar la movilidad, reducir la saturación en puntos críticos, reforzar la seguridad y ofrecer una atención más completa al visitante.

Los proyectos también abren la puerta a futuras ampliaciones, como la integración de nuevos dispositivos, la expansión de la señalética digital o la incorporación de nuevas funciones al flamante asistente turístico.



Lucainena de las Torres mostrará en FITUR sus calles floreadas y su entorno privilegiado

El Ayuntamiento de Lucainena de las Torres presentará un nuevo vídeo promocional del municipio en el marco de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) que se celebra del 21 al 25 de enero en IFEMA (Madrid) y que es el evento de referencia en el sector turístico. La presentación se llevará a cabo coincidiendo con el primer día del evento, el 21 de enero, en el stand de Los Pueblos más Bonitos de España.

El alcalde, Juan Herrera, ha destacado que “es una oportunidad para mostrar al mundo todo lo que tiene que ofrecer al turismo nuestro municipio e invitar a quienes aún no lo conocen a descubrir un entorno único y privilegiado”.

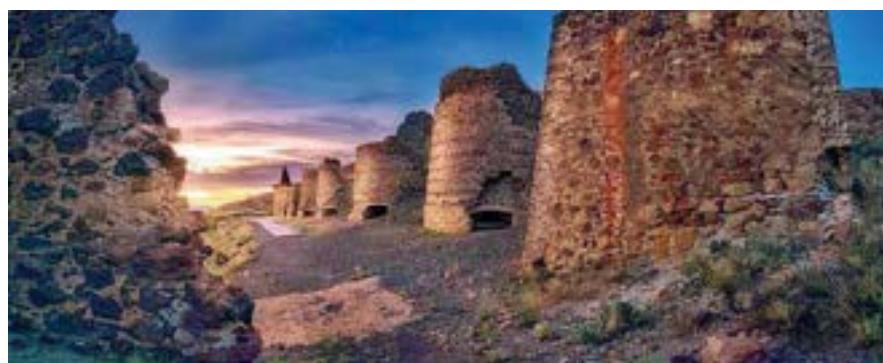
El vídeo muestra un recorrido por las emblemáticas calles floreadas y coloridas del que es reconocido uno de los Pueblos más Bonitos

de España, así como uno de los principales reclamos turísticos del municipio como es el Camino Natural Vía Verde Lucainena de las Torres-Agua Amarga, que une ambas localidades a través de un antiguo camino minero.

Lucainena de las Torres refuerza la promoción de su Vía Verde como uno de sus reclamos turísticos

El año pasado, el camino sufrió un avance significativo para recuperar su trazado original con la restauración del tramo rehabilitado del Puente de La Rafaela, con el acondicionamiento del ferrocarril minero en desuso para incorporarlo al recorrido y recuperar el camino a través de la antigua vía. Es otro paso más que damos en el objetivo de completar los 36 kilómetros entre ambas localidades.

Actualmente, el Camino Natural Vía Verde Lucainena de las Torres-Agua Amarga cuenta con 15 kilómetros hasta Venta del Pobre, ya



en el término municipal de Níjar, y el Ayuntamiento de Lucainena de las Torres se encuentra trabajando ya conjuntamente con los ayuntamientos de Níjar y Carboneras en los permisos necesarios para poder continuar hasta el final del trazado en Agua Amarga.

Además, el consistorio continúa avanzando en otros proyectos estratégicos para el municipio, como la construcción de una nueva residencia de mayores con capacidad para cincuenta plazas en colaboración con la Junta de Andalucía, así como centro de interpretación de la minería cuyas obras van a comenzar en este 2026, y de un área recreativa en la barriada de Polopos.



Cultura, Ocio y Gastronomía

La diversión y las risas están aseguradas



Animales de todas las especies en Selwo Aventura, en Estepona.

Pablo Laynez

ANDALUCÍA tiene una oferta de ocio destacadísima. Su variedad geográfica le permite pasar de la playa a la montaña, del bosque al desierto en apenas un puñado de kilómetros, lo que le otorga múltiples posibilidades para impresionar y divertir al visitante. Una de ellas son sus parques de atracciones, temáticos y acuáticos.

La web de la Junta de Andalucía destaca un total de 46 parques divididos entre las ocho provincias. Adrenalina,

animales, toboganes de agua, actuaciones del Spaghetti western, aventuras en plena naturaleza... Un sinfín de actividades de ocio, que permiten salir de la monotonía del día a día del ciudadano y que otorgan un valor añadido como destino turístico para los nacionales y los extranjeros.

Por un lado, en Andalucía podrás encontrar un buen número de parques de atracciones dotados con una gran variedad de atracciones mecánicas, desde las clásicas Montaña Rusa y Noria hasta las más modernas y excitantes

de aparcamiento.

El respeto por el medio ambiente, es un elemento definitorio y característico de los parques de atracciones andaluces, quedando totalmente integrados en un espacio donde tecnología y naturaleza conviven para ofrecernos gratificantes momentos de expansión. La emoción y la diversión están aseguradas.

Por otro, destacan los toboganes imposibles, piscinas de olas, caídas kamikazes, solariums... Todo lo que puedas imaginar para refrescar tus ganas de



Las pistas blandas del Aquatropic de Almuñécar.



El Bosque Suspendido, aventura en las alturas en Bollullos de la Mitación.

que no sólo no te dejarán indiferentes, sino que te harán sentir emociones indescriptibles.

Ingenios de todo tipo y simuladores de realidad virtual se entremezclan en el espacio recreativo que te ofrecemos, además de espectáculos y actuaciones en vivo que satisfacen al más amplio abanico de público que se acercan a pasar una divertida jornada de ocio. La infraestructura de nuestros parques de atracciones se completa con restaurantes, bares, tiendas, áreas de descanso y zonas

diversión en los parques acuáticos de Andalucía. En temporada de verano, son muy populares entre nuestros habitantes y visitantes, pues aseguran el entretenimiento en un ambiente fresco que hará que disfrutes de una jornada inolvidable.

Las instalaciones de los parques acuáticos cubren absolutamente las necesidades tanto de ocio como de seguridad y atenciones. Desde amplias zonas de aparcamiento a todo el material necesario dentro del parque; balsas, flotadores, hamacas y, por supuesto, el personal profesional adecuado que atiende cualquier circunstancia que se presente.

La comunidad tiene un total de 46 parques de diversas temáticas, en las que hay aventuras y diversión

aqua dulce o sentir el cosquilleo de descender con velocidad por cualquiera de los toboganes y plataformas que encontrarás. Zonas verdes, sombras naturales, y por supuesto zonas y locales para comer y compartir anécdotas y vivencias.

Finalmente, Los parques temáticos son grandes espacios de diversión y entretenimiento que nos acercan a la cultura y a la educación con una línea argumental definida es la receta que utilizamos para presentarte nuestros parques temáticos.

Andalucía ofrece la oportunidad, sobretodo a los más pequeños, de acercarse a la Historia, a la Ciencia, a la

No sólo están pensados para los más pequeños; toda la familia encuentra lo que busca y elige la opción deseada, desde tranquilos baños de sol o meterse en sutiles paseos a bordo de flotadores, hasta saltar olas de

Tecnología y la Conciencia del cuidado del medio ambiente disfrutando a la vez de fuertes emociones y de espectáculos magníficos y sorprendentes.

A través de sus parques, toda la familia se rendirá a la tentación de acercarse al conocimiento mientras dan rienda suelta a su imaginación. No faltarán las atracciones mecánicas, acuáticas, y las zonas donde darse un respiro, comer variados tipos de cocina o comprar algún recuerdo para no olvidar unos días

tan agradables y de tanta diversión por tierras andaluzas.

Así son los principales parques de atracciones, temáticas y acuáticos con los que cuenta Andalucía, donde la diversión está asegurada. Unos días para disfrutar en familia, dejando a un lado el tradicional sol y playa, los monumentos o las rutas por el interior. Otro concepto del ocio, que complementa una oferta que llega, cala y gusta al visitante de cada año.



FUENTE: Junta de Andalucía. GRÁFICO: Optic. de Infografía



Adrenalina en las atracciones de Isla Mágica, en Sevilla.



Roquetas de Mar y su impresionante Aquarium 'Costa de Almería'.



P.L./M.A.J.

SENTIR el latido del corazón como fiel y medidor compañero, escuchar tu acelerada respiración como respuesta y confiar en el último esfuerzo. Ése mayúsculo que acompaña cada año a miles atletas en las Maratones de Sevilla y Málaga, las prueba magnas del atletismo andaluz con sus 42,195 km debidamente homologados y bajo el Reglamento de Carreras en Carretera de World Athletics y de la Real Federación Española de Atletismo (RFEA).

Sevilla corre, y corre, y corre. Y lo volverá a hacer el mes que viene en una nueva edición espectacular. Tan feroz es la adicción que el Ayuntamiento de la capital andaluza se vio obligado el pasado año a establecer un nuevo protocolo que regule la sobre población de carreras populares. Pero los reyes, en cualquier ámbito, no entienden de fronteras. Todo gira en torno a ellos. El impacto económico de la prueba que pondrá Sevilla este fin de semana en el foco del atletismo mundial por varias razones sigue al alza. La maratón es ya la cuarta actividad económica de la ciudad que mayor impacto genera en este sentido, sólo por detrás de la Semana Santa, la Feria y el SICAB.

Seis meses antes de que se disputase la edición de 2025 se agotó la remesa de 12.000 dorsales, por lo que de manera consecuente la organización de la carrera habilitó 2.000 dorsales disponibles más. Consumida también esta vía extra, la pasada edición fue, por

PRINCIPALES MEDIAS

SEVILLA

26 de enero

MÁLAGA

23 de marzo

ALMERÍA

6 de abril

GRANADA

26 de abril

EL PUERTO - BASE NAVAL

8 de junio

CÓRDOBA - ALMODÓVAR DEL RÍO

28 de septiembre

CIUDAD DE UELVA

2 de noviembre

JAÉN

Principios de noviembre

CÓRDOBA

30 de noviembre

SEVILLA-LOS PALACIOS

Diciembre

*Las fechas corresponden a las ediciones del pasado año 2025. Las maratones de Sevilla y Málaga tienen lugar en los meses de febrero y diciembre.

tanto, la de mayor participación histórica con 14.000 maratonianos, superando los 13.700 de 2018. Hay más: el 20,06% de mujeres inscritas rebasó en tres puntos la presencia de féminas de la última edición, y más de la mitad de corredores, el 51,6%, fueron extranjeros, frente al 47% de 2024.

Por su parte, el Generali Maratón de Málaga batió un nuevo récord de participación y hasta alcanzar los 22.500 inscritos para sus dos distancias el pasado domingo 14 de diciembre, por lo que superará en un 40% los inscritos de la edición del año pasado. Hace dos años, la cifra estaba en 10.000.

Una de las grandes novedades para la pasada edición fue la adaptación del recorrido a una mayor participación, con un trazado que garantiza la máxima comodidad y fluidez para los miles de corredores y que a la vez no afecte demasiado al normal funcionamiento de la ciudad. “Esta maratón va a ser una de las mejores maratones de España y de Europa también, porque ya es referente, gracias a todos los corredores internacionales que vienen a disfrutar con nosotros”, destacaba el embajador de la prueba y doble campeón mundial de la distancia Abel Antón en la revista Runner’s World.

Queda de manifiesto la importancia que tiene el turismo deportivo dentro del sector, principalmente con dos pruebas de tantísimo nivel como son Sevilla y Málaga, que cada año atraen a miles de corredores, que arrastran de sus familias para disfrutar del fin de semana.

Visita Pulpí

La Geoda de Pulpi, el Castillo de San Juan de los Terreros, la exposición del pintor Pedro Antonio y la sala de minerales luminiscentes en el Espacio Escénico de Pulpi.

Un descubrimiento a tu alcance.



Sala
Negra
de
Pulpí



¡Reserva ya tu entrada! ☎ 950 96 27 27 | www.pulpi.es | www.geodapulpi.es



Andalucía, territorio de aventura

LA comunidad la más extensa de España es un escenario privilegiado para el turismo activo gracias a la diversidad de su territorio. Montañas, ríos, desiertos, costas atlánticas y mediterráneas permiten practicar deportes de aventura durante todo el año, atrayendo a un visitante cada vez más interesado en disfrutar de experiencias al aire libre.

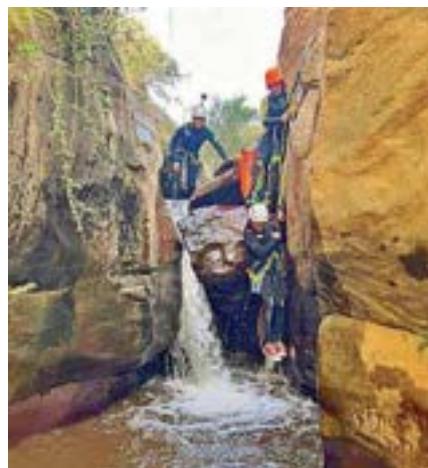
El día amanece temprano en Almería y el paisaje no se parece a ningún otro del sur de Europa. La luz cae dura sobre el desierto de Tabernas, donde el silencio solo se rompe por el viento y el crujir de la grava bajo las botas. Aquí comienza el viaje: una Andalucía menos conocida, la que se recorre con casco, arnés o remo en la mano. La del turismo de multiaventura, que avanza lejos de la capital y se abre paso por montañas, ríos y costas salvajes. En la provincia más oriental de la comunidad andaluza, la aventura es contraste puro. Del interior árido se pasa al azul profundo del Cabo de Gata-Níjar, donde los kayak avanzan pegados a los acantilados volcánicos y los senderistas recorren calas sin urbanizar. Es una provincia que exige respeto al terreno y regala a cambio una sensación de exploración casi primitiva.

El camino sigue hacia Granada, donde el horizonte se eleva. En la falda de Sierra Nevada, los barrancos se encajan entre paredes de roca y el agua obliga a descender con cuerdas y saltos medidos. Más arriba, parapentes y alas delta esperan la térmica perfecta para lanzarse al vacío. Aquí la aventura tiene altura y vértigo; también estaciones, porque el mismo territorio se transforma del verano al invierno.

Desde Granada, el viaje gira hacia el interior verde de Jaén. En el Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas, la multiaventura

se vive en formato completo: rafting en ríos encajados, rutas de orientación entre pinares, escalada y tirolinas sobre gargantas profundas. Es una provincia que sorprende por la magnitud de su naturaleza y por la tranquilidad con la que se practica la aventura, lejos de las masificaciones.

Más al oeste, Córdoba propone un ritmo distinto. Aquí la crónica se escribe a golpe de pedal por antiguas vías ferroviarias, o remando despacio en tramos tranquilos de río. En la Subbética, las paredes calizas acogen ferratas y zonas de escalada



que miran a pueblos blancos suspendidos en la ladera. La aventura cordobesa no grita; acompaña.

El aire cambia al llegar a Málaga. En El Chorro, las cuerdas cuelgan de las paredes del desfiladero y los escaladores comparten acento con visitantes de medio mundo. Abajo, el Caminito del Rey serpentea entre gargantas mientras, a pocos kilómetros, el Mediterráneo invita al buceo, al kayak y al paddle surf. Pocas provincias mezclan con tanta naturalidad lo vertical y lo marino.

El Atlántico marca el carácter de Cádiz.

En Tarifa, el viento manda y las cometas de kitesurf llenan el cielo. En el interior, los Alcornocales ofrecen senderos húmedos, casi selváticos, donde caballos y bicicletas avanzan entre niebla y musgo. Cádiz es salitre y bosque, tabla y bota, costa abierta y sierra cerrada.

Más arriba, Huelva se muestra serena. La aventura aquí es horizontal: largas rutas entre dehesas, surf suave en playas infinitas de la Costa de la Luz, travesías en bicicleta y actividades ecuestres que respetan el ritmo del paisaje. No hay prisa; hay espacio.

El viaje termina en Sevilla, donde la aventura se esconde. Lejos del centro histórico, las Vías Verdes, los parques na-

turales y el entorno del Guadalquivir permiten actividades de orientación, ciclismo, rutas a caballo o incluso vuelos en globo que revelan una provincia amplia, rural y sorprendentemente activa.

Al cerrar el recorrido, queda clara una idea: Andalucía no es solo un destino, es un territorio que se vive en movimiento. La

multiaventura no es aquí un complemento turístico, sino una forma de conocer el paisaje desde dentro, de leerlo con el cuerpo. Y quien lo recorre así —saltando, remando, escalando o caminando— ya no vuelve a mirarlo igual.

El turismo de multiaventura en Andalucía avanza como una alternativa sostenible y descentralizada, capaz de dinamizar zonas rurales y diversificar la oferta turística tradicional. Una forma distinta de recorrer la comunidad, con mochila, casco y la certeza de que el viaje no siempre se mide en kilómetros, sino en experiencias.

Torrox



mejor clima de europa



Ayuntamiento
de Torrox

PLAYA DUNAS DE CARRACA
EL MORCHE

#Torrox #ElMorche #CostaDelSol



Julio González

No sé exactamente cuando se produjo el cambio de tendencia, pero es innegable que hemos pasado de la era de los conciertos a la era de los festivales. Yo me quedé en la primera. Los conciertos de las grandes estrellas siguen ahí, (Rolling Stones, Bruce Springsteen y Madonna llenando estadios) y vendiendo miles y miles de entradas. Porque probablemente la gente piense en cada nueva gira que para estos veteranos no lo habrá, a poco que el tiempo cumpla su amarga promesa de caducidad. Por no hablar del fenómeno de Taylor Swift, que llena estadios con sus conciertos.

Almería y su provincia están de moda y sobre todo en verano con los festivales con varios días de duración, de múltiples escenarios con músicos actuando simultáneamente en ellos. En realidad, la pujanza de los festivales tiene mucho que ver con la democratización de la experiencia de oír música y su paroxismo con la piratería.

ALMERÍA DE FESTIVAL

A finales de la década de 2010, los macrofestivales ya eran la fórmula favorita para disfrutar de música en directo, sobre todo en verano. Almería necesitaba tener su propio festival indie —el Dreambeach, de música electrónica, ya reunía a decenas de miles de personas en Villaricos— y el Ayuntamiento de la capital quiso que coincidiera con la feria para revivir la de la noche, que tras mudarse a la Vega de Acá no terminaba de arrancar. Se presentó el proyecto de Cooltural Fest, un festival de corte indie, que era lo que estaba más en boga en ese momento y no había ninguno en la provincia. Del 17 al 19 de agosto de 2018 el recinto ferial acogió la primera edición con un cartel de lujo. Se tomó como referencia los festivales que se conocían y que se sabía que estaban funcionando como el Granada Sound o el Sonoraza.

La era de los festivales de música

PRINCIPALES FESTIVALES

SOLAZO FEST

-Almería (mayo)

MURMURA ALPUJARRA

-Alpujarra (mayo)

HUÉRCAL LIVE

-Huércal de Almería (mayo)

FESTIVAL DE FLAMENCO

-Almería (julio)

YOUTH FEST

-El Ejido (julio)

CABARET FESTIVAL

-Roquetas (julio)

PURO LATINO FEST

-Almería (julio)

EL EJIDO AL NATURAL

-El Ejido (julio)

FESTIMUVB MÚSICA RE-NACENTISTA Y BARROCA

-Vélez Blanco (julio)

NUDO SUR

-Las Negras (julio)

JUERGAS ROCK

-Adra (agosto)

SALINAS SOUND

-Roquetas (agosto)

DREAM-BEACH

-Almería (agosto)

SU-VE MUSIC FESTIVAL

-Vera (agosto)

COOLTURAL FEST

-Almería (agosto)

MOJÁCAR 5 ESTRELLAS

-Mojácar (octubre)

FESTIVAL OTOÑO Y SAL

-Níjar (octubre)

no que también lo ha hecho en servicios y en cartel. Este año se han mezclado artistas nacionales (Love of Lesbian, Viva Suecia, Amaia, Duncan Dhu...) con internacionales (Franz Ferdinand y Cristal Fighters). Es más moderno, para un público también más joven, con algunas propuestas más urbanas... Al año siguiente, en 2019, otro festival llegaba para asentarse en la primavera: el Solazo Fest. Su propuesta musical era diferente, apostando más por el hip-hop y la rumba. Otra empresa se apuntaba así al floreciente negocio de los festivales y ha logrado consolidarlo como uno de los referentes en la provincia. Para ello ha tenido que adaptarse a las modas y combinar en su cartel grupos indies con la nostalgia.

La pandemia supuso un pequeño parón para los festivales, pero a partir de 2021 comenzaron a crearse nuevos por toda la provincia. Tanto es así que en los últimos cinco años han aparecido más de una decena de festivales de diferente estilo y formato.

¿Por qué ese 'boom'? Porque se está consumiendo más música en directo que nunca. "Estamos en un momento dulce en ese sentido". Ha crecido mucho el público potencial para los macrofestivales. Cada vez aparecen más propuestas en otras épocas del año. Como, el festival Otoño y Sal, en octubre en el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar; o el Murmura, que tiene lugar en mayo en los pequeños pueblos de La Alpujarra. Sin duda, los ayuntamientos han entendido que la música es una forma de crear turismo durante la temporada baja: "Los festivales son grandes generadores de flujos turísticos, por lo que los ayuntamientos también lo ven como una oportunidad para desestacionalizar la oferta. Por ejemplo, con ese objetivo han nacido Otoño y Sal o Mojácar 5 Estrellas, para ampliar la temporada turística, porque con este tipo de eventos consigues que se alargue un poquito más". Almería, Roquetas de Mar, El Ejido, Níjar, Vera... Todos quieren sumarse a la moda de los festivales. Pero, "ya hay suficientes festivales en la provincia" y no hay en cartera ninguno nuevo.

Love of Lesbian, Franz Ferdinand, Manuel Carrasco, Shinova, Mikel Izal, Melody, La Casa Azul, La Raíz, Xoel López, Iván Ferreiro, Pig Noise o Juan Magán son algunos de los nombres que han lucido en los carteles de los festivales en 2025. Los hay de gran formato (20.000 espectadores en Cooltural) o tipo boutique para un público más reducido (unas 1.500 personas en el Otoño y Sal).

La agenda cultural, en lo que a festivales se refiere, ha pasado de estar casi vacía hace unos años a estar ahora bien repleta de eventos. Hay una veintena de festivales de cierta relevancia y otros muchos de pequeño formato o de carácter más local. Sin embargo, el invierno sigue estando huérfano de eventos de este tipo así que no se puede descartar que en los próximos años nazca algún nuevo festival para llenar ese hueco. Porque sí, el 'boom' de los festivales aún no se puede dar por finalizado.

Aquella primera edición fue un éxito, con 9.000 personas en la jornada principal. Desde entonces, exceptuando cuando la pandemia obligó a cambiar el formato, ha ido creciendo. Cooltural Fest con 20.000 personas cada día. No solo ha crecido en asistentes, si-

CATERING

Catering
Europa



LOS MEJORES
MOMENTOS SE CELEBRAN
EN CÁTERING EUROPA

CATERING
Europa

**A.R.**

DESDE el corazón verde y ondulado de la Sierra de Aracena emprendemos camino hacia la localidad que da nombre tanto a la comarca como al Parque Natural: Aracena. Entre sus calles blancas, su castillo vigilante y el murmullo constante de la naturaleza, nos adentramos en un entorno donde tradición y paisaje se entrelazan de forma única. En este escenario privilegiado descubrimos el impresionante trabajo de José Pedro Canterla, un creador cuyo talento dialoga con la esencia misma de estas sierras, y que convierte a

**José Pedro
Canterla ha
creado más de
300 figuras
con herraduras
recicladas**

Aracena en un punto de referencia imprescindible para comprender la riqueza cultural y artística de la zona. José Pedro, "Perico", es el autor (entre otras obras) del jamón realizado con herraduras que tantas fotos ha captado en la Feria del Jamón del pasado mes de octubre. Sí, has leído bien: un jamón realizado con herraduras. Esa es la materia prima de este artista cebollero.

Las obras de Canterla están repartidas por toda la Sierra, en lugares muy variopintos. Con los "zapatos" de los equinos y algún otro elemento metálico, este artista originario de la bonita pedanía de Castañuelo realiza auténticas maravillas que llaman la atención y que cada vez son más conocidas y reconocidas.

El escultor comenzó a interesarse por el arte hace más de 30 años, pintando

sobre cristal y escribiendo. Realizó muchas exposiciones y, además, en 1997 fue pregonero del Carnaval y en 2011 editó un libro, *Sueños y vivencias de un poeta dormido*. Actualmente continúa escribiendo.

Pero a "herrar" el arte comenzó hace una década, cuando, tras preguntar a su sobrino (el famoso herrador Manuel Serrano) qué hacía con las herraduras que retiraba, este le respondió que iban para la chatarra. Entonces Perico decidió convertirlas en arte, creando un legado para la posteridad.

Ha creado más de 300 figuras, todas ellas regaladas, ya que está jubilado y no las vende. Aunque una de sus hijas, que es diseñadora, a veces acepta encargos. Entre estas figuras destaca especialmente una familia de linces que realizó en una sola pieza, no por tamaño, sino por complejidad y resultado: el padre, la madre y los tres cachorros.

También destaca el burro de la entrada de la feria del ga-



nado de Puerto Moral, ícono de sus fiestas y donde todo el mundo se ha subido o el caballo de la entrada, y, cómo no, el logo de la Feria del Jamón. Pero tiene muchas obras inspiradas en la naturaleza: caballos, ciervos, toros y pájaros, sobre todo pájaros.

Actualmente, desde su base de operaciones en Castañuelo, está trabajando en un queso para homenajear a la Feria del Queso, que se celebrará el próximo puente de la Constitución.

Sin duda, Perico Canterla destaca por su obra, pero también por su gran corazón, ya que ha regalado todo este patrimonio artístico con más de 300 obras para que en la Sierra pueda ser admirado.



HOTEL CATEDRAL ALMERÍA



La
Jazzoteca



Imágenes con historia de los Patios de Córdoba



La esencia islámica de los Patios

LOS patios de Córdoba, auténticos emblemas de la arquitectura andaluza, surgen como espacios abiertos dentro de la vivienda destinados a iluminar y ventilar las estancias interiores, a la vez que potencian la convivencia familiar y vecinal. El origen de estos patios reside en las casas islámicas, caracterizadas por un diseño hacia el interior, donde las fachadas externas apenas destacaban y la vida se desarrollaba en torno al patio central. Esta configuración, mantenida tras la conquista cristiana, ha llegado a preservarse en las viviendas actuales, consolidándose como un patrimonio arquitectónico único a nivel nacional.

El patio cordobés se caracterizaba por la construcción de fachadas orientadas al interior

El patio cordobés no solo cumple funciones estructurales y sociales, sino que se distingue por el cuidadoso ornato de las flores, arriates y macetas que se disponen en muros y suelos de chino cordobés. El agua, presente a través de fuentes y pozos, junto a la variedad botánica, forma parte de una imagen icónica en la que agua, luz y vegetación se combinan en un claro guiño al legado andalusí. En este recinto también tienen cabida muebles antiguos, enseres de cocina de hierro o elementos arqueológicos, completando la riqueza visual e histórica de cada inmueble.



Establecer un único modelo es complejo, ya que cada patio exhibe una arquitectura particular resultado de su transformación a lo largo de los siglos. En términos generales, se distinguen dos grandes tipos: patios monumentales o señoriales y patios privados, estos últimos habituales en el Concurso Mu-

nicipal de los Patios de Córdoba. Entre los primeros, destacan espacios emblemáticos como el Patio de los Naranjos de la Mezquita-Catedral, el de la sinagoga o el santuario de la Fuensanta. Un ejemplo notable de casa señorial lo ofrece el Palacio de Viana, cuyas estancias conectan con doce patios de diversos estilos arquitectónicos.

En la actualidad, la puesta en valor de los patios de Córdoba como referente turístico y cultural ha propiciado un mayor interés tanto en su conservación como en la divulgación de su historia. Su importancia radica en ser testimonio vivo de la huella islámica y cristiana en la ciudad y en su capacidad para fomentar el arraigo comunitario mediante la tradición, especialmente visible durante las celebraciones dedicadas a estos recintos cada mes de mayo.

PORQUE VIAJAR te hace feliz

#ARACENA

COMPAÑÍA DE LA GRUTA DE LAS MARAVILLAS

COMpra tu
ENTRADA
ONLINE
www.aracena.es

Gruta
de las
Maravillas

LUGAR DE INTERÉS TURÍSTICO DE ANDALUCÍA

www.descubrearacena.es

#ARACENA

COMPAÑÍA DE LA GRUTA DE LAS MARAVILLAS

«Alcoutim – Destino Sustentável» (Alcoutim – Destino Sostenible), una identidad estratégica que reafirma su compromiso con un desarrollo equilibrado, responsable y alineado con los grandes retos del futuro.

El objetivo es claro: integrar prácticas ambientales, sociales, culturales y económicas que posicen a Alcoutim como un destino auténtico, preservado y competitivo en la Península Ibérica.

Con esta iniciativa, Alcoutim reafirma su visión: crecer con equilibrio, cuidar la tierra y las personas, y construir un futuro en el que el desarrollo y la identidad vayan de la mano.



Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea
Colaborado pela
União Europeia

España – Portugal

FORTOURS



MÁS QUE UNA
VISITA, *vívelo.*

DESCUBRE ALCOUTIM
CON TODOS TUS SENTIDOS.





La Sala de Arjona, joya jiennense



La Sala de Arjona está ubicada en el Ayuntamiento de Jaén

Eduardo Osborne

MUCHOS pensamos que, por el estilo y los elementos artísticos que componen la Sala de Arjona, esta se encuentra ubicada en Granada, provincia andaluza que durante muchos siglos fue territorio sagrado de Al-Ándalus. La ciudad nazarí posee una herencia cultural clásica procedente de las tradiciones árabes e islámicas; sin embargo, esta sala no pertenece a la Alhambra, sino al municipio de Arjona, que se encuentra ubicado en la provincia de Jaén.

Hoy en día, la Sala de Arjona es una de las joyas artísticas más visitadas por los turistas, ya que se encuentra dentro de una antigua casa tradicional de estilo andaluz, en la que se produce una mezcla de varios componentes artísticos, como el arte mudéjar o islámico.

Además, como dato curioso, la Sala de Arjona no ha estado desde sus orígenes en Jaén. Según la periodista Paz Madrid, “desde 1928 se han ido trasladando poco a poco las piezas de la sala con destino a Jaén desde la



casa-palacio del Barón de Velasco”.

Concretamente, la Sala de Arjona está ubicada en el Ayuntamiento de Jaén, y uno de sus fines más importantes es la recepción de visitas oficiales. Por ello, cuando una personalidad relevante visita Jaén, suele ser recibida en este espacio como lugar de reunión y conversación.

Es muy recomendable que todo aquel que visite Jaén conozca esta joya artística. La Sala de Arjona está considerada por

muchos turistas como un tesoro escondido dentro del Ayuntamiento y presenta grandes similitudes que recuerdan a la Alhambra de Granada.

En cuanto a sus detalles artísticos, son numerosos los elementos islámicos o nazaríes que se pueden apreciar. Al recorrer la sala, se pueden contemplar los estucos policromados de estilo nazarí, los capiteles vidriados de estilo califal, así como los mármoles y las figuras geométricas, que evocan claramente la composición artística de la Alhambra de Granada.

Aunque pueda parecer que estamos paseando por la Alhambra, en realidad no es así. Se trata de una de las mayores joyas arquitectónicas de la provincia de Jaén. Más allá de su historia y de las similitudes que presenta con otros monumentos de gran relevancia de Andalucía, la Sala de Arjona desprende una notable influencia cultural y artística, lo que atrae tanto a visitantes nacionales como extranjeros.

La Sala de Arjona es uno de los monumentos más visitados por los turistas, pero este municipio también cuenta con otras manifestaciones culturales que enriquecen aún más la historia y la belleza de Arjona.

Entre ellas destacan el Santuario de las Reliquias, el Aljibe Almohade, la Piedra de los Deseos o la Cripta Neobizantina. En la mayor

ría de estos monumentos se aprecia una interesante mezcla de estilos artísticos.

El Aljibe Almohade conserva un marcado estilo árabe, en el que predominan las bóvedas de cañón y los arcos de medio punto. En cambio, tanto el Santuario de

las Reliquias como la Cripta Neobizantina presentan una composición artística diferente, ya que destacan los estilos barroco hispanoamericano y neobizantino de la primera mitad del siglo XX.

La provincia de Jaén posee una riqueza cultural e histórica de gran relevancia. Por ello, es muy recomendable que todo aquel que visite Jaén conozca también sus pueblos, ya que esconden secretos que muchos aún desconocemos.

Uno de los municipios más destacados es Arjona, un lugar que nos transporta a épocas pasadas, especialmente a la prehistoria y a los tiempos en los que los árabes dominaban en España.

La Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba son referentes fundamentales del arte y la cultura de Andalucía, pero la Sala de Arjona también forma parte de este valioso legado. Por ello, se recomienda a todo aquel que se acerque al municipio de Arjona que visite estas joyas artísticas, cargadas de siglos de historia y que todavía siguen vigentes en nuestra región.

Málaga, espetos y mucho más



Marta Franco

LOS espetos son uno de los símbolos gastronómicos más característicos de Málaga y la Costa del Sol, al que se le rinde culto por su calidad y sabor. Una tradición del siglo XIX que representa la simplicidad, el vínculo con el mar y la forma de cocinar heredada de los antiguos marengos. Sin embargo, a pesar del auge del turismo, los espetos han sabido evolucionar sin perder su esencia.

Los chiringuitos siguen apostando por la calidad del producto de KMO, gracias a los puertos pesqueros con los que cuenta la provincia y, al tradicional espeto de sardina, se han ido incorporando nuevos productos como el espeto de pulpo, calamares, salmónete, doradas o jureles, e incluso de carne, pero siempre respetando la técnica tradicional del maestro espetero.

“La profesionalización y la formación han permitido que el oficio de espetero no se pierda y sea un valor diferencial en la imagen del destino de Málaga y la Costa del Sol. Incluso algunos espeteros se han reinventado y ofrecen experiencias a los turistas donde explican el oficio con demostraciones y degustaciones de gastronomía marenga en playas como Pedregalejo, Torremolinos o El Palo”, comenta Javier Frutos, presidente de la Asociación de Hosteleros de Málaga (MAHOS). Los Chiringuitos Larry, Los Leones y Las Acacias tienen el top 3 de espeteros de la provincia de Málaga; son los chiringuitos que estuvieron en el podio de la XI edición del Concurso de Espe-

El olor de las brasas de las sardinas junto a las barcas a pie de playa es una experiencia única



tos celebrado el pasado mes de agosto.

Pero de todos es sabido que la cocina malagueña va mucho más allá de la cocina marenga y el arte del espeto. Toda la provincia vive un gran momento creativo a nivel gastronómico, con chefs reconocidos y cada vez más restaurantes de prestigio (recordemos que Málaga cuenta con 7 restaurantes con Estrella Michelín). Además, el desarrollo de rutas gastronómicas, de enoturismo y experiencias vinculadas al territorio amplían el atractivo para turistas con alto poder adquisitivo.

“La gastronomía malagueña se define por ofrecer una despensa rica y variada, con productos naturales que brinda el mar pero también el interior, con la variada huerta del Valle del Guadalhorce, los quesos de cabra malagueña, las chacinas y embutidos o los vinos de la Serranía de Ronda y la Axarquía”, recuerda Frutos. Así, otros productos culinarios imprescindibles de la provincia malagueña serían: Pescado frito, con los boquerones victorianos como protagonista; Porra antequerana, una de las recetas más representativas del interior; Ajoblanco, un plato tradi-

cional que combina sencillez y elegancia; El gazpachuelo, la sopa más representativa: sopa caliente de pescado con mayonesa casera; Ensalada malagueña: mezcla de patata cocida, bacalao, naranja, cebolla y aceitunas; Chivito lechal malagueño, reconocido como producto de calidad diferenciada con amplia presencia en los restaurantes y ventas de la Axarquía y los Montes de Málaga; Vinos de Málaga y Sierras de Málaga, desde moscatel dulces hasta los vinos tranquilos de la Axarquía, Manilva o Ronda de mucho nivel; Aceite de oliva virgen extra y las aceitunas aloreñas de la comarca de Antequera o la Sierra de las Nieves; y en postres: los dulces conventuales (Archidona y Antequera), las tortas locales, bienmesabe o los borrachuelos, para completar la experiencia dulce.

En los últimos tiempos, los hosteleros malagueños están apostando por innovar, pero respetando siempre la tradición y la gastronomía identitaria. “Esto pasa por la incorporación de técnicas contemporáneas sin alterar la base del producto local; la revalorización de recetas históricas, con una visión contemporánea; el desarrollo de cartas más sostenibles, priorizando productos y bebidas de Km0 de productores locales y pescado de temporada; o la organización de eventos gastronómicos, rutas y festivales que acercan al visitante a la cultura malagueña desde las co-cinas”, explica el presidente de Mahos.

Esta combinación permite ofrecer una variada gama de experiencias gastronómicas, desde la oferta de chiringuitos o ventas tradicionales reclamo de un cliente extranjero que busca una oferta identitaria y singular del destino, como propuestas gastronómicas de cocina fusión o gastronomía de autor que atraen a un público más local, hasta experiencias de alta cocina dirigidas a un público más gourmet con mayor poder adquisitivo.

Medina Azahara: El Sueño de la Córdoba más Andalusí



Raquel Gutiérrez

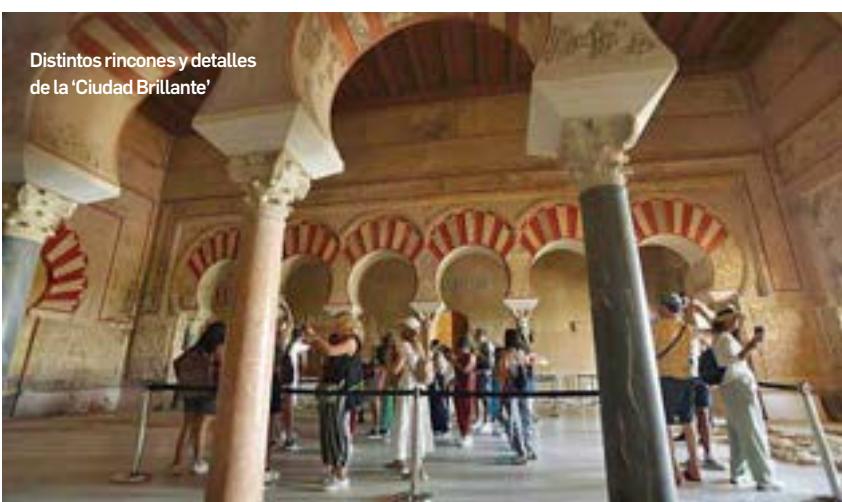
A escasos ocho kilómetros de Córdoba, bajo la atenta mirada de Sierra Morena, respira todavía el testimonio pétreo de la mayor demostración de poder político y estético del siglo X en Occidente: Medina Azahara. La “Ciudad Brillante”, es mucho más que un yacimiento; es la materialización del sueño de Abderramán III, quien en el año 936 d.C. ordenó levantar esta urbe para proclamar al mundo la supremacía de su nuevo estatus califal.

Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2018, la ciudad fue concebida como un inmenso escenario teatral que desafía a la naturaleza, desplegándose en tres terrazas jerarquizadas que descienden por la ladera: la superior para el poder absoluto y la residencia privada, la intermedia para la administración y la inferior para la medina y la mezquita.

Esta colossal adaptación al paisaje se ha visto revalidada por recientes hallazgos en la Plaza de Armas, donde se ha confirmado la construcción de una inmensa terraza artificial de 15.000 metros cuadrados, una obra de ingeniería titánica que requirió movimientos de tierra masivos. En este sector oriental, el descubrimiento de una nueva puerta monumental, alineada con la occidental y dotada de un pórtico de tres metros con arcos pintados, nos permite imaginar el sobrecogimiento de las embajadas que cruzaban este umbral, di-



Distintos rincones y detalles de la 'Ciudad Brillante'



señado deliberadamente para empequeñecer al visitante ante la magnificencia del Estado omeya.

UN LABERINTO DE MÁRMOL, LUZ Y AGUA

El corazón de este complejo late en el Salón de Abd al-Rahman III o Salón Rico, un espacio restaurado meticulosamente que resume el esplendor artístico de la época con sus arquerías de herradura que alternan dovelas rojas y de tono piedra, sostenidas por columnas

de mármoles rosas y azules.

Sus muros, revestidos de ataurique, presentan motivos vegetales tallados con precisión de orfebre que evocan el “Árbol de la Vida”, una riqueza simbólica que hoy se explora en visitas temáticas como “Árboles de Piedra”. Este lujo se extiende a espacios más íntimos como la Casa de Ya’far, residencia del primer ministro, cuya icónica fachada de tres arcos de herradura entrelazados es uno de los rincones más fotogénicos del conjunto.

Pero Medina Azahara no se entiende sin su diálogo con el entorno: frente al Salón Rico se extiende el Jardín Alto, un espacio verde vertebrado por albercas y canales que, abastecidos por el histórico acueducto de Valdepuentes o Aqua Augusta, buscaban crear una representación terrenal del paraíso coránico. Incluso hoy, la fusión entre la vegetación, el rumor del agua y la arquitectura de mármol ofrece, desde el Gran Pórtico, una panorámica privilegiada del Valle del Guadalquivir que conecta las ruinas con el horizonte cordobés.

ECOS DE UN SUEÑO EFÍMERO Y MEMORIA VIVA

La belleza de Medina Azahara reside paradójicamente en su tragedia, pues fue una ciudad efímera, saqueada y destruida apenas 70 años después de su fundación durante la fitna o guerra civil que acabó con el Califato. Lo que hoy visitamos es apenas el diez por ciento de la ciudad original.

Sin embargo, lejos de ser un monumento mudo, el yacimiento ha trascendido su condición de ruina para convertirse en un espacio cultural vibrante. En épocas festivas, las piedras milenarias cobran vida con una agenda que incluye conciertos de música medieval, espectáculos de títeres y recitales poéticos, transformando el paseo por este rompecabezas de lujo en una experiencia dinámica donde cada capitel, cada arco reconstruido y cada resto de estuco no solo narran el esplendor del pasado andalusí, sino que dialogan activamente con el presente cultural de Córdoba.



Cantaores y bailaores en los distintos tablaos de Jerez de la Frontera

Orígenes del flamenco en Jerez: cuna histórica del arte jondo

El flamenco en Jerez de la Frontera se posiciona como referencia mundial por su peculiar interpretación del cante, el toque y el baile. Autoridades en la materia y numerosas fuentes especializadas, como horizonteflamenco.com y editorialrenacimiento.com, confirman que la localidad gaditana y los municipios de la Bahía de Cádiz constituyen uno de los focos más relevantes en el desarrollo de este arte declarado Patrimonio Cultural Inmaterial. En Jerez, la tradición flamenca tiene profundas raíces y mantiene la vitalidad colectiva que caracteriza a sus peñas, barrios y eventos, siendo especialmente significativa la influencia de sus comunidades gitanas y la evolución de estilos propios como la bulería jerezana.

El proceso de consolidación del flamenco en Jerez se remonta a los siglos XVIII y XIX, en un contexto de confluencia cultural entre población gitana, tradiciones andaluzas y africanas, así como campesinos y jornaleros locales. Estas conexiones sedimentaron un repertorio original, que refleja el sentir de la vida cotidiana: desde los trabajos agrícolas hasta la expresión del dolor o la celebración colectiva. La profesionalización de intérpretes y el surgimiento de círculos y peñas familiares contribuyeron a crear formas propias de cante y compás, perpetuadas de generación en generación.

La historia reciente del flamenco jerezano evidencia cómo la expansión de este género fue impulsada por la actividad de los barrios de Santiago y San Miguel, considerados laboratorios musicales donde el cante pasó de las viviendas a entornos más públicos y organizados. Estos arrabales se citan como origen de una profesionalización progresiva, en la que el cante se transforma en símbolo local e identidad colectiva. Las peñas flamencas emergen como espacios de transmisión oral y convivencia, en los que la música mantenía su sentido comunitario y carácter festivo. Así, en el contexto de los siglos XX y XXI, el flamenco de Jerez

ha trascendido fronteras gracias a la grabación discográfica, la proliferación de recitales y la destacada presencia de artistas en circuitos nacionales e internacionales.

La proyección internacional del flamenco de Jerez debe mucho a la labor de intérpretes como Manuel Torre, La Paquera de Jerez, El Chocolate, Terremoto o Juan Moneo "El Torta", padres del cante jondo que han llevado el nombre de la ciudad a los escenarios más exigentes. José Mercé, nacido en Jerez en 1955, representa el nexo entre la tradición local y la popularidad moderna del género. Destacan además figuras históricas como Tío José de Paula, que aparecen en rutas patrimoniales y en recopilaciones editadas en publicaciones como elflamencovive.com o La Voz del Sur.

La Fiesta de la Bulería y el Festival de Jerez, ambos celebrados anualmente, contribuyen a perpetuar el legado de la ciudad y actúan como escaparate para el talento emergente, mientras consolidan a Jerez como parada imprescindible para estudiantes y aficionados de todas las nacionalidades.

Los amantes del flamenco disponen de numerosas opciones para disfrutar de la tradición je-

rezana in situ. Resulta recomendable recorrer el barrio de Santiago, considerado el corazón del cante; pasear por sus calles durante las veladas nocturnas permite escuchar compases y voces a pie de calle. Las peñas emblemáticas como Peña

La Bulería, con programaciones establecidas y formato íntimo, facilitan el contacto directo con artistas locales. En fechas de festival, claustros como el de Santo Domingo y bodegas centenarias albergan actuaciones donde la acústica subraya la autenticidad del arte jondo. Existen, además, museos y rutas temáticas dedicadas a homenajear la historia flamenca de la ciudad, con visitas guiadas por plazas, calles y casas vinculadas a grandes intérpretes. Se recomienda combinar la experiencia en peñas y festivales, para obtener una visión panorámica del fenómeno.





Un referente en la recogida de setas en sus campos

Huelva, destino creciente del micoturismo

Pilar Pereira

La provincia de Huelva se ha convertido en los últimos años como uno de los destinos más interesantes de Andalucía para los amantes de las setas silvestres y el micoturismo. El Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, situado al norte de la provincia, ofrece un entorno forestal privilegiado para la observación y recolección de hongos, gracias a la combinación de encinares, alcornocales y pinares que favorecen la aparición de numerosas especies en otoño e invierno.

Este espacio natural protegido es considerado uno de los enclaves con mayor diversidad de hongos de España y Europa, con cientos de especies censadas en sus bosques mediterráneos. Entre ellas hay variedades comestibles muy valoradas, como níscalos (*Lactarius deliciosus*), tanaos (*Amanita caesarea*), tentullos (*boletus*) o trompetillas de los muertos (*Craterellus cornucopioides*).

La proliferación de estos hongos responde a factores climáticos típicos de la zona: las lluvias otoñales y las temperaturas suaves generan un sustrato húmedo ideal para el crecimiento de setas tras el verano. Esto convierte a la Sierra de Aracena en un auténtico paraíso para recolectores tanto aficionados como experimentados.

La micología en Huelva ha crecido como actividad de ocio y como un recurso turístico indispensable



RUTA MICOLÓGICA LA NAVA: INICIACIÓN Y NATURALEZA

Una de las rutas micológicas más visitadas es la Ruta Micológica La Nava, un itinerario circular de dificultad baja diseñado para conectar al visitante con la riqueza fúngica del entorno de manera accesible. Este sendero, de poco más de un kilómetro y medio, parte del término municipal de La Nava y atravesia bosques de chopos, sauces, alcornoques y encinas, con puntos específicos donde es frecuente encontrar especies representativas.

El recorrido incorpora zonas de matorral mediterráneo y pinares que potencian la diversidad micológica, y permite observar hongos saprobios y micorrílicos que forman parte esencial del equilibrio ecológico del bosque.

Además de las rutas autoguiadas como La Nava, la oferta de actividades micológico-

cas en Huelva incluye salidas guiadas por especialistas que enseñan a identificar especies, reconocer sus hábitats y aplicar buenas prácticas de recolección responsable. Numerosas empresas y asociaciones organizan excursiones que combinan el paseo por el monte con explicaciones sobre biología de los hongos y consejos para evitar especies tóxicas. Estas rutas suelen realizarse en grupos y son especialmente populares durante los meses de otoño e invierno, cuando la aparición de setas es más abundante. Parte del atractivo reside en la posibilidad de recolectar ejemplares comestibles para consumo propio o para su incorporación en platos tradicionales de la gastronomía serrana.

Algunos de los municipios más destacados como base para explorar las rutas micológicas son Aracena, La Nava y Alájar, localidades que combinan patrimonio cultural con acceso directo a senderos forestales ricos en hongos. En Aracena, por ejemplo, existe un Punto de Información Micológica donde los visitantes pueden ampliar sus conocimientos sobre las especies locales, su identificación y su uso culinario.

Asimismo, municipios como Cortegana incorporan la presencia de setas en su oferta gastronómica y cultural, reflejando la importancia local de este recurso natural. No obstante, los expertos insisten en la importancia de la recolección responsable: se recomienda utilizar cestas en lugar de bolsas de plástico para permitir la dispersión de esporas, no arrancar las setas de raíz y respetar las propiedades privadas que cubren gran parte del Parque Natural.

Sierra Nevada: sol, nieve y aceleración económica



SIERRA Nevada inició la temporada 2025/26 afianzada como referente de turismo, deporte e inversión en Andalucía. Tras cerrar el periodo 2024/25 con unos 1.250.000 esquiadores, un aumento del 12% respecto al año anterior, la estación se erige como el motor económico de la provincia de Granada y un polo de atracción internacional. A la consolidación de la afluencia, se suman inversiones orientadas a fortalecer la experiencia, la seguridad y la sostenibilidad, en un enclave que combina la tradición alpina con la cercanía urbana de Granada.

El impacto de la estación va más allá de la propia oferta de nieve. Según la memoria publicada en la primavera de 2025, la facturación vinculada a Sierra Nevada alcanzó cerca de 50 millones de euros en la temporada recién finalizada, impulsada no solo por la venta de forfaits sino también por la repercusión en alojamiento, restauración y ocio en toda la provincia. El plan aprobado en mayo de 2025 por la empresa gestora, Cetursa, incluye 19 millones de euros para renovar remontes, accesos y servicios. Esta partida se suma a inversiones realizadas desde 2019, reforzando el posicionamiento de Sierra Nevada como estación puntera tanto en calidad como en capacidad.

Junto a la evolución económica y social, el dominio esquiable ha ampliado su capacidad con más de 112,5 kilómetros, distribuidos en 140 pistas de diferentes niveles y zonas especializadas. La infraestructura de remontes, integrada por telecabinas, telesillas, cintas transportadoras y alfombras, facilita el acceso fluido incluso durante jornadas de gran demanda. Las áreas de Pradollano, Borreguiles y Veleta quedan conectadas permitiendo practicar esquí alpino, snowboard, modalidad de travesía, circuitos de fondo y actividades complementarias.

Para 2025/26, la estación ha puesto en marcha nuevas medidas tecnológicas y de servicio orientadas a mejorar la experiencia total tanto para quienes debutan como para usuarios avanzados. Destacan la puesta en funciona-

La estación andaluza de esquí consolida su papel como dinamizador del turismo en el sur de Europa



miento de dos nuevas alfombras en zona de iniciación, que permiten reforzar la seguridad y ampliar los espacios para principiantes. En el capítulo de nieve garantizada, se ha incorporado maquinaria de última generación y una Snow Factory Polar, instalada en Mirlo Blanco. Se trata de un contenedor técnico para fabricación de nieve en períodos secos o de escasez de precipitaciones, ampliando así la fiabilidad de la superficie esquiable, especialmente en fechas de alta demanda.

Al plan inversor se suman otras mejoras en accesos, renovación de sistemas de innovación y transformación de servicios de atención al cliente. Para la presente campaña se han rehabilitado infraestructuras viales, facilitado el acceso en transporte público desde la capital y optimizado los procesos de alquiler de equipos y restauración a pie

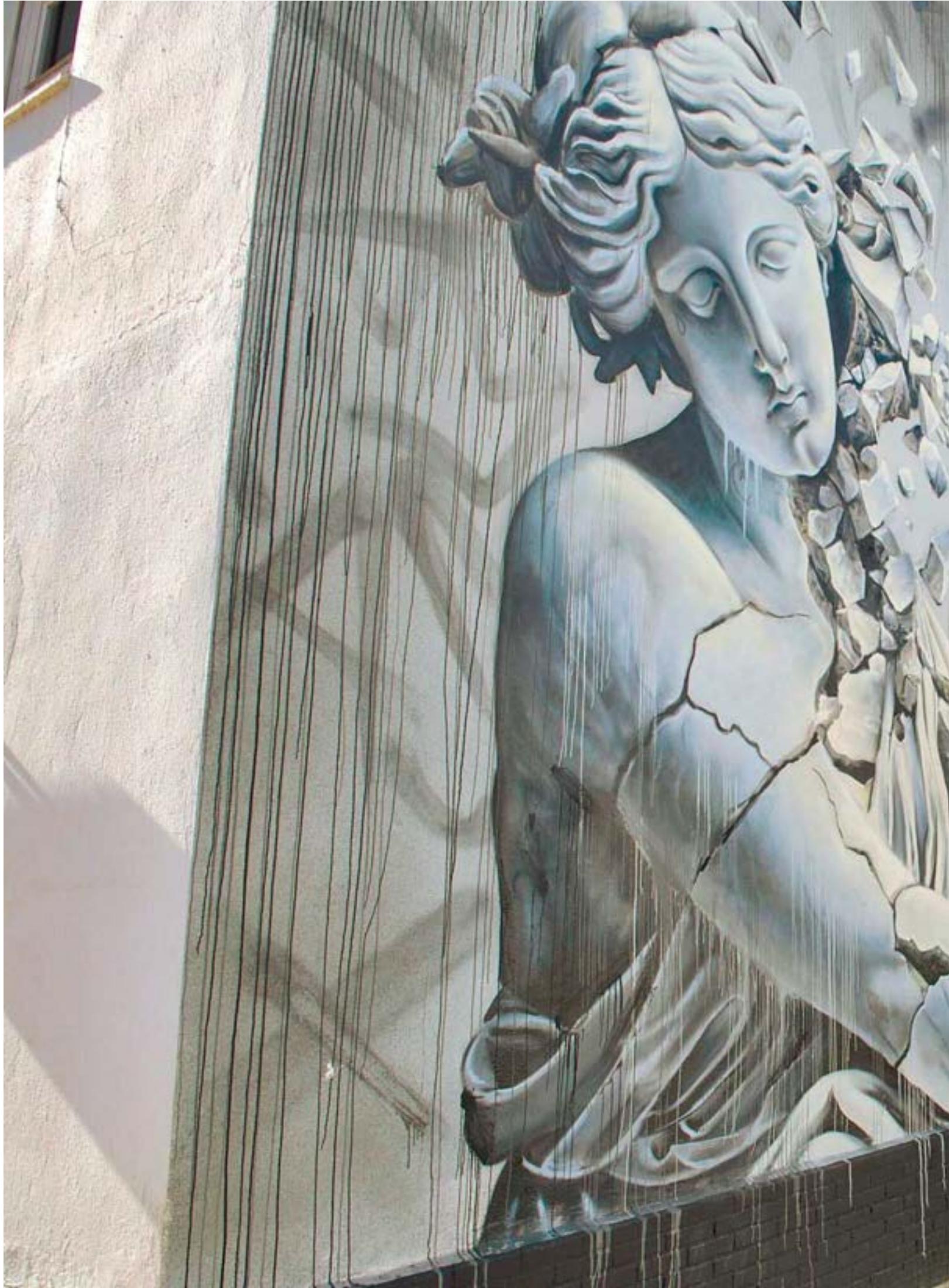


de pista mediante soluciones digitales.

El ecosistema Sierra Nevada incluye también áreas infantiles, estaciones de aprendizaje, el snowpark Sulayr con zonas de freestyle y competiciones internacionales, circuitos de esquí de fondo y rutas guiadas. La programación cultural y deportiva se extiende más allá del invierno, integrando eventos musicales, campeonatos de alto nivel y propuestas de ocio familiar. La posición de la estación, a apenas una hora de Granada, permite a los visitantes 'compaginar una jornada en la nieve con una visita a la Alhambra el mismo día', tal y como explican desde la gerencia de Cetursa.

Durante la primavera y el verano de 2025, la estación mantiene una estrategia activa de desestacionalización basada en senderismo, ciclismo de montaña, observación astronómica y encuentros deportivos internacionales, contribuyendo a que la economía ligada a Sierra Nevada no dependa únicamente de la temporada invernal.

El reto ambiental se mantiene como uno de los ejes centrales en la estrategia de Sierra Nevada. La explotación turística se compatibiliza con el respeto al Parque Nacional de Sierra Nevada a través de medidas de ahorro energético, control en los consumos de agua y vigilancia de los recursos naturales. La estación ha desarrollado protocolos para minimizar el uso de nieve artificial cuando las condiciones lo permiten y fomenta la movilidad sostenible, el reciclaje y la sensibilización ambiental entre visitantes y empresarios hosteleros.



Diez murales jiennenses, entre los mejores del mundo en diciembre

El arte mural de Jaén sacó pecho el pasado diciembre, cuando la convocatoria mensual de Street Art Cities recogía diez obras realizadas en el último mes en la provincia entre los 121 murales aspirantes a hacerse con el premio al Mejor mural del mundo. Siete de ellos son los participantes de la última edición del Festival 23700 que se celebra cada año desde hace seis en Linares. Auspiciado por Rampa, colectivo que trabaja por el arte en la ciudad jiennense, los finalistas son los trabajos en las fachadas de varios edificios. / José Manuel Pedrosa/Efe





El Festival de Cine Europeo de Sevilla, celebrado del 7 al 15 de noviembre de 2024, ha reafirmado la posición de la ciudad como uno de los grandes referentes del cine en Europa. La cita, que desde finales del siglo XX se ha consolidado entre los festivales cinematográficos más destacados del continente, reúne a profesionales, cineastas y público general en torno a una programación variada que apuesta tanto por el cine de autor como por propuestas vanguardistas y la visibilización de nuevas voces emergentes. El evento, organizado por el Ayuntamiento de Sevilla, ha contado en esta edición con 192 títulos en cartel y un total de 67.818 espectadores, triplicando el aforo de pasadas convocatorias y logrando el mayor impacto hasta la fecha.

El patio cordobés no solo cumple funciones estructurales y sociales, sino que se distingue por el cuidadoso ornato de las flores, arriates y macetas que se disponen en muros y suelos de chino cordobés. El agua, presente a través de fuentes y pozos, junto a la variedad botánica, forma parte de una imagen icónica en la que agua, luz y vegetación se combinan en un claro guiño al legado andaluz. En este recinto también tienen cabida muebles antiguos, enseres de cocina de hierro o elementos arqueológicos, completando la riqueza visual e histórica de cada inmueble.

Con una clara vocación internacional, el certamen sevillano ha conseguido que la ciudad andaluza se sitúe en el centro de la industria cinematográfica europea.

El certamen ha extendido su influencia



El Festival de Cine Europeo destaca por su programación de calidad, ambiente festivo y talento

más allá de las proyecciones en sala, transformando el ambiente urbano durante toda la semana del festival. El bullicio en locales emblemáticos de El Arenal, los coloquios improvisados en cafeterías junto al Guadalquivir y los encuentros de profesionales y aficionados en espacios como la Plaza Nueva se han integrado en el tejido social y cultural de Sevilla.

Además, más de 200 actividades paralelas han permitido a los asistentes acercarse a talleres, conferencias, clases magistrales y presentaciones de obras de pequeño formato.

El Festival de Cine Europeo de Sevilla nació en 2004 con la misión de apoyar la difusión de cine europeo contemporáneo y estimular la creación local. A lo largo de sus veintidós ediciones, ha logrado ser referencia por la calidad de su programación y su capacidad de establecer vínculos entre creadores consolidados y nuevas generaciones.

La designación de Sevilla como capital europea del cine se explica por la convergencia de diversos factores. El constante crecimiento del festival, la participación de figuras internacionales y el retorno de eventos clave, como la lectura de las nominaciones a los Premios EFA al Real Alcázar, han reforzado su repercusión y prestigio. En definitiva, el Festival de Cine Europeo de Sevilla se ha consolidado como escaparate para el cine de autor, la innovación y la diversidad cultural.

El astroturismo toma fuerza en Jaén



Eduardo Osborne

LA Diputación de Jaén ha desarrollado una actividad muy curiosa que fomenta la participación y la llegada de muchos turistas a la región. Esta actividad consiste en realizar el denominado astroturismo.

El astroturismo es una afición que se plantea para todos, pero sobre todo para los turistas, con el fin de disfrutar de una noche inolvidable observando las estrellas y los diferentes astros que se encuentran en el cielo andaluz. Durante los últimos años, esta actividad ha tenido un gran impacto cultural debido a la importancia que tiene Cosmolarium, el centro dedicado a la observación del cielo nocturno.

Este centro es uno de los planetarios que se encuentran dentro de algunos castillos de la región, y su finalidad es acercar las espectacularidades del universo al público en general. Se produce una mezcla entre la visión astronómica y la belleza del patrimonio histórico y cultural que poseen estos monumentos.

REL CASTILLO DE HORNOS DE SEGURA

Uno de los castillos donde la gente puede ir a hacer astroturismo es el Castillo de Hornos de Segura. Este castillo cuenta con 870 metros de altura y es el segundo castillo más alto de la provincia de Jaén.

En este monumento se puede disfrutar de una experiencia única, ya que el espectador puede contemplar la vista panorámica sobre el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas.

El observatorio astronómico se encuentra en la Torre del Homenaje, que es una de



las ubicaciones que forman parte de este castillo. Además, los organizadores de esta actividad han colocado velas para iluminar los interiores de estos monumentos, con la finalidad de que la experiencia sea más solemne y así poder contemplar las maravillas del paisaje nocturno.

Asimismo, quienes acudan y participen en esta actividad podrán disponer de un guía especializado para resolver dudas o cuestiones complejas relacionadas con lo que se observa de noche. El astroturismo tiene una función didáctica, ya que se aprenden nuevos conceptos y diversas tipologías sobre la alineación de los astros y los nombres de las estrellas.

EL CASTILLO DE SEGURA DE LA SIERRA

Este castillo es otro de los monumentos en los

que se desarrolla esta actividad. Concretamente, está ubicado a 880 metros sobre el nivel del mar. Si las personas realizan esta actividad en este castillo, los espectadores también contarán con un guía especializado que les explicará las curiosidades y las vistas del sistema planetario. Se podrán adquirir conocimientos básicos, como la formación de las estrellas o las distintas tipologías de astros que hay en el cielo.

QUÉ SE RECOMIENDA LLEVAR A TODOS LOS PARTICIPANTES

Todo aquel participante que quiera realizar esta actividad debe ir abrigado desde el primer momento. Cuando cae la noche, el frío y la humedad empiezan a hacerse notar, y por ello se recomienda que las personas lleven chaqueta, abrigo, gorro o bufanda para no pasar frío durante las horas nocturnas.

En esta actividad no se suelen hacer descansos ni hay restaurante o bar para poder tomar algo, por lo que también es necesario que las personas lleven una botella de agua o algo de comida mientras se realiza la actividad.

Además, si a este evento acuden familias con niños, es importante que los más pequeños se sitúen en primera fila para observar de una manera adecuada el cielo nocturno y poder utilizar los telescopios de primera mano.

Por último, no os quedéis con las ganas de preguntar. Si no sabéis nada de astronomía y queréis plantear alguna cuestión, es interesante hacerlo. Esta actividad cuenta con guías especializados que tienen una gran formación y experiencia en este ámbito. En definitiva, hay que preguntar con el fin de resolver las dudas y salir de la actividad con un conocimiento más profundo del tema.



Raquel Gutiérrez

CÓRDOBA romana, mora, cristiana... y ahora egipcia. "El Despertar a la vida. Infancia y adolescencia en el Antiguo Egipto", una muestra sin precedentes invita a descubrir, por primera vez de forma monográfica en España, cómo era crecer en la tierra del Nilo. Desde el 4 de diciembre de 2025 hasta el 5 de abril de 2026, la ciudad ofrece un viaje histórico y sensorial a través de dos sedes emblemáticas: la Sala Vimcorsa y la Sala Orive.

Comisariada por las doctoras Esther Pons e Isabel Olbés, junto con la coordinación técnica de Maite Mascort, la exposición arroja luz sobre una etapa vital: la niñez. A través de un enfoque transversal y riguroso, el proyecto explora cómo el estatus social, el género y el entorno familiar moldeaban el destino de los más jóvenes.

El corazón de la muestra reside en la Sala Vimcorsa, donde se reúnen más de 190 piezas originales procedentes de instituciones nacionales e internacionales, como el Museo Egipcio de Turín, el Museo Cívico Arqueológico de Bolonia y el Museo Arqueológico de Zagreb, además de colecciones privadas.

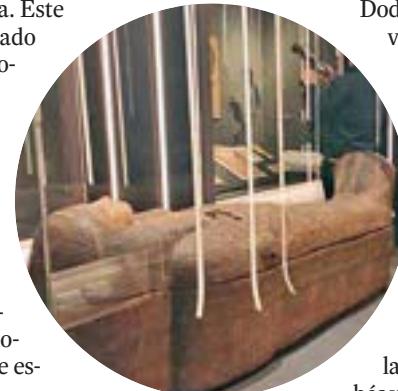
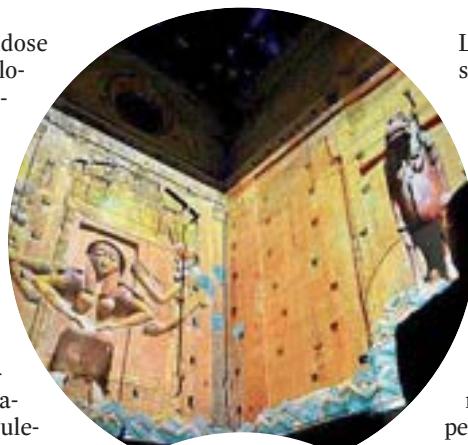
El recorrido expositivo se estructura en cuatro ámbitos temáticos que guían al visitante por las diferentes fases del desarrollo, comenzando con una sección dedicada al análisis del nacimiento, la maternidad y el rol del niño dentro de la estructura social egipcia. El siguiente punto de la exposición se centra en la educación, el aprendizaje de la compleja escritura jeroglífica y la transmisión del conocimiento, vital para la perpetuación de su cultura y

para seguir preparándose para la vida adulta, explorando los roles asignados, la formación profesional y los ritos de paso que marcaban la transición a la madurez.

La Medicina, la magia y la muerte, el último punto, aborda la fragilidad de la infancia en la antigüedad, mostrando tratamientos médicos, amuletos protectores y las creencias funerarias específicas para los menores. Una de las piezas reseñables es una representación de Harpócrates, el dios Horus niño, cedida por el museo de Bolonia, que simboliza la protección divina sobre la infancia.

Complementando la riqueza arqueológica que presenta la sala Vimcorsa, la Sala Orive ofrece una propuesta inmersiva y vanguardista. Este espacio ha sido transformado para albergar una gran proyección audiovisual envolvente que conecta al espectador con la espiritualidad, los mitos y la luz del Antiguo Egipto. Diseñada con una "coreografía de luz", esta experiencia busca trascender lo puramente visual para ofrecer un acercamiento emocional al universo simbólico de esta civilización.

"El Despertar de la vida. Infancia y adolescencia en el Antiguo Egipto"



El Despertar a la vida.
Infancia y adolescencia
en el Antiguo Egipto

La exposición no solo exhibe tesoros materiales, sino que también fomenta el debate académico mediante un ambicioso ciclo de conferencias que reunirá en la Sala Vimcorsa a algunos de los nombres más respetados de la egiptología internacional. Algunos como Chris Naunton, quien el 8 de enero abordará la concepción del niño divino, y Salima Ikram, referente mundial en momias animales que cerrará el ciclo el 19 de marzo hablando sobre los niños y sus mascotas. Se suma a ellos Aidan Dodson, que analizará la vida de las familias de los faraones el 22 de enero, y Daniela Picchi, que profundizará en el sistema educativo egipcio el 19 de febrero, junto a expertos españoles como Gema Menéndez, Inma Vivas, Alejandro Jiménez y las comisarias Isabel Olbés y Esther Pons.

Descubre la Huelva más secreta

M.P.G.

HUELVA es una provincia que no se deja conocer a simple vista. Detrás de su costa infinita y sus lugares más concurridos, guarda escenarios que parecen sacados de otro mundo.

Paisajes donde la historia duerme bajo la tierra, miradores donde el aire huele a encina y a marisma, naturaleza viva e infinita y ruinas que se resisten al olvido. Son los rincones que no salen en los mapas turísticos, pero que cautivan a quien los descubre por casualidad.

Aquí tienes una selección de 5 lugares asombrosos, todos reales, todos poco transitados, todos inolvidables.



CIUDAD ROMANA DE ARUCCI

TURÓBRIGA (AROCHE)

En los Llanos de la Belleza, junto a Aroche, se alzan los restos de la antigua ciudad romana de Arucci Turóbriga. Calles empedradas, templos, termas y viviendas surgen entre la hierba y las flores silvestres.

Allí el tiempo parece suspendido. El viento sopla sobre los cimientos de una urbe que fue próspera, con su foro, su mercado y su vida cotidiana hace más de dos mil años. Pasear entre las ruinas al atardecer es sentir cómo la historia murmura entre las piedras.

SANLÚCAR DE GUADIANA

Sanlúcar de Guadiana mira al río que separa España de Portugal. En lo alto, el castillo de San Marcos corona el paisaje con una serenidad que impone respeto.

Desde sus murallas, el Guadiana se abre paso entre colinas suaves, y al otro lado, las casas blancas de Alcoutim parecen saludar desde el país vecino. El silencio es casi absoluto, roto solo por el rumor del agua. Un lugar perfecto para contemplar la puesta de sol sobre la frontera y entender la belleza de lo sencillo.



re serrano y dejar que el horizonte te respire.

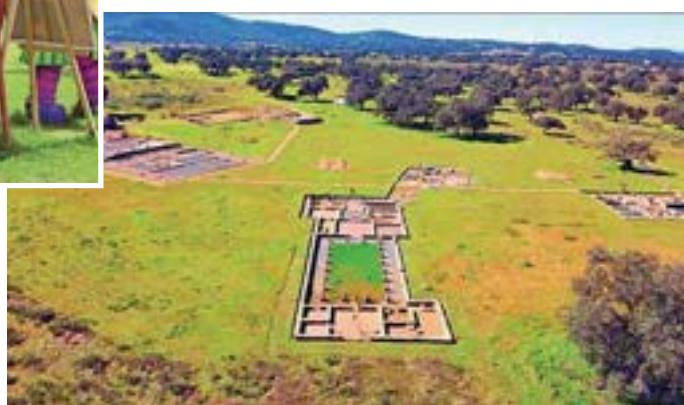
PARQUE BOTÁNICO JOSÉ CELESTINO MUTIS (PALOS DE LA FRONTERA)

En las riberas del Tinto, a un paso del monasterio donde se gestó el viaje de Colón, se esconde este parque botánico dedicado a las plantas del mundo, y lo encontrarás en La Rábida, Palos de la Frontera.

Senderos tranquilos entre árboles exóticos, estanques, bambúes, especies americanas y asiáticas conviven en un entorno donde la ciencia se funde con el silencio.

Pocos visitantes se adentran en su parte

más profunda, donde el aire huele a humedad y tierra nueva. Es un rincón ideal para pasear sin prisa, escuchar los pájaros y sentirse lejos de todo.



Ruinas romanas entre flores, miradores sobre marismas y pueblos onubenses que parecen detenidos en el tiempo.

MARISMAS DEL ODIEL (HUELVA CAPITAL)

En las afueras de Huelva capital, este paraje natural (Reserva de la Biosfera) es uno de los humedales más impresionantes del sur peninsular.

A primera vista, las marismas parecen un paisaje plano, pero basta detenerse para ver su vida secreta: Flamencos, garzas, cigüeñuelas y reflejos cambiantes según la marea.

Cuando el sol baja, el horizonte se funde con el agua y el cielo se tiñe de plata y rosa. Es uno de los atardeceres más hermosos de Andalucía, y sin embargo, sigue siendo un lugar casi íntimo.



PEÑA DE ARIAS MONTANO (ALÁJAR)

Sobre el pueblo de Alájar se alza este mirador natural, uno de los lugares más bonitos de la Sierra de Aracena. La Peña de Arias Montano combina espiritualidad, historia y paisaje.

Desde su altura, el bosque se extiende como un mar verde de castaños, encinas y alcornoques. A sus pies, la ermita blanca de la Reina de los Ángeles y los arcos naturales de piedra completan un cuadro casi místico.

Es el sitio perfecto para sentir la paz del ai-

Más estrellas en el firmamento gastronómico de Andalucía



Cris Cánovala y Diego Aguilar son los cocineros de Paladú, el restaurante malagueño que ha logrado su primera estrella.

Víctor Visiedo

ANDALUCÍA es sinónimo de buena gastronomía. En la región hay cientos de restaurantes recomendados por la guía culinaria más prestigiosa del mundo, la Guía Michelin, y hay 30 locales premiados con, al menos, una estrella. Son tres más que el año anterior. El mapa de la cocina andaluza es, sin duda, una auténtica constelación de sabores, productos únicos y técnicas de vanguardia. Es la tercera comunidad más estrellada, solo por detrás de Cataluña (65) y Madrid (33).

Andalucía se ha consolidado como una de las regiones gastronómicas más vibrantes de España. De hecho, en la Guía Michelin España & Andorra 2026 se premia por primera vez a cinco restaurantes con la preciada estrella: ReComiendo (Córdoba), Mare (Cádiz), Palodú (Málaga), Ochando (Sevilla) y Faralá (Granada).

Hay dos restaurantes con la máxima distinción, la de las tres estrellas; otros cuatro tienen la doble estrella; mientras que hay 24 que tienen un astro.

Los restaurantes con Estrella Michelin se encuentran repartidos por casi toda Andalucía (excepto Huelva, que sigue sin ninguna), aunque Málaga es la punta de lanza, con diez—uno más que el año pasado, pues el restaurante Palodú de la capital se estrena—. Cádiz también destaca con siete restaurantes con estrella, el mismo número que el año anterior aunque con un cambio: pierde el premio Tohma

(Puerto de Santa María) y se estrena Mare (Cádiz capital).

La tercera provincia más galardonada es Jaén, con cinco restaurantes estrellados, los mismos que tenía ya. Sevilla y Córdoba tienen tres cada una, al sumarse ReComiendo (Córdoba) y Ochando (Sevilla).

En Almería mantiene la estrella el restaurante La Costa (El Ejido), mientras que en Granada se estrena Faralá, pero la pierde La Finca de Loja.

Todos estos restaurantes no solo forman parte del circuito gourmet internacional, sino que además representan identidades culinarias muy vinculadas al territorio: el mar, la huerta, la historia y los productos de cercanía confluyen en menús que expresan tanto tradición como innovación.

La máxima distinción—tres estrellas Michelin—la mantienen restaurantes que son verdaderos iconos de la cocina española contemporánea. Aponiente, en el Puerto de Santa María, tiene en los fogones al famoso chef Ángel León, conocido como “El chef del mar”. Como él mismo señala, en Aponiente “se intenta generar conciencia, abrir la mente y que encontremos propuestas imposibles de ver en ningún otro lugar”. Es un chef to-

La región ya tiene 30 restaurantes premiados por la Guía Michelin, tres más que el año anterior

talmente comprometido con la sostenibilidad, que busca asombrar al comensal con nuevas técnicas e ingredientes (embutidos marinos, plancton, bioluminiscencia, cocinados con agua de sal...), construyendo siempre su filosofía en base al reciclaje, al uso de esteros naturales o a la constante defensa de los pescados de descarte. La propuesta actual, basada en un mar infinito que explota sobre todo los recursos del Mediterráneo y del Atlántico, sorprende especialmente en el apartado dulce, pues consigue fusionar el mundo Marino con las particulares texturas de los postres (Mi-

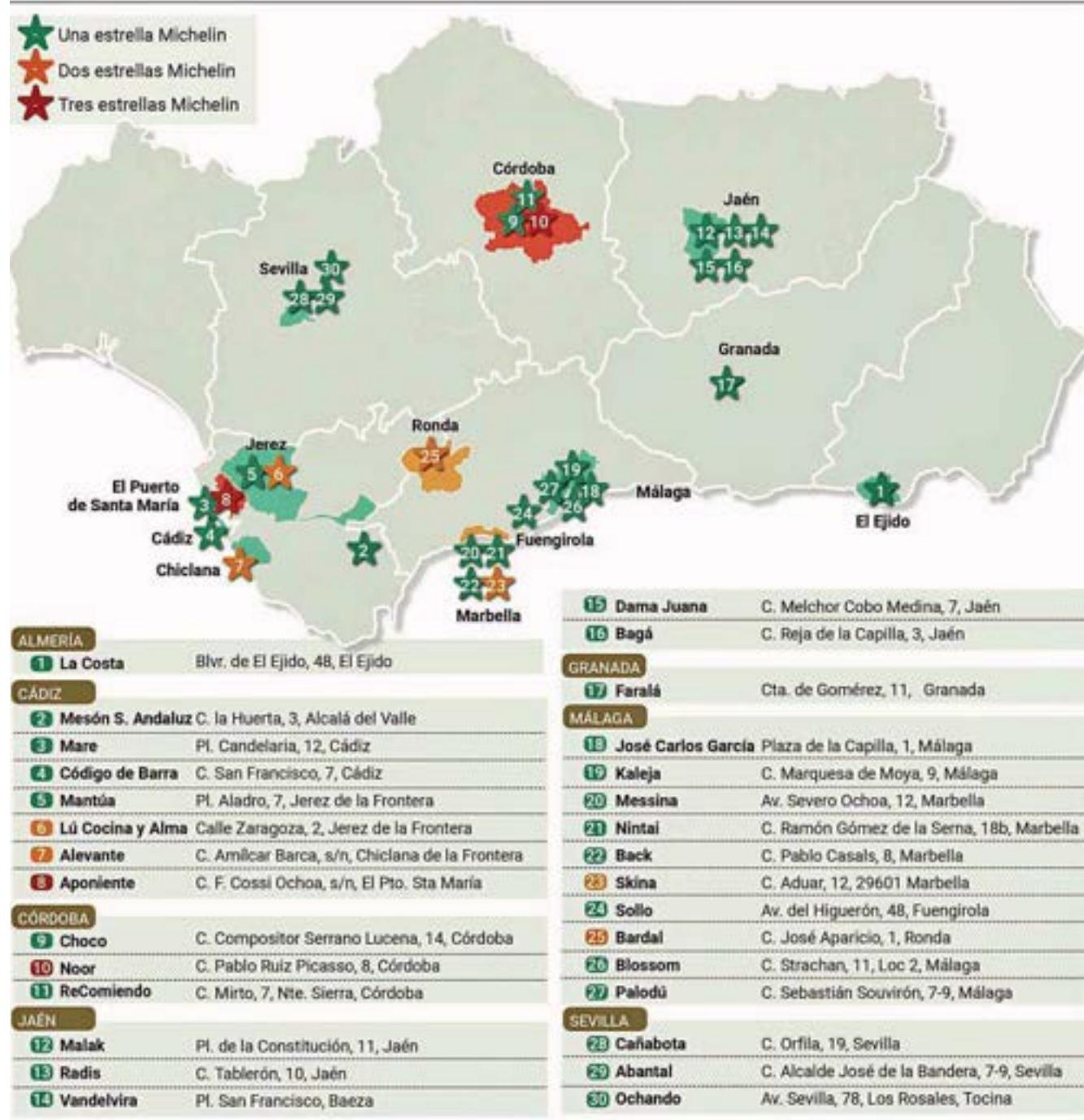
chelin nombra como ejemplo el postre llamado 20 mil leguas submarinas, un milhojas de algas presentado dentro de un libro de Julio Verne). Cabe señalar que Aponiente también cuenta con una Estrella Verde Michelin.

El otro gran restaurante andaluz es el andaluz Noor, que logra sacar de las tinieblas esa Córdoba medieval que deslumbró desde el Califato de Abderramán III. Su chef, Paco Morales (bien secundado por la jefa de cocina Paola Gualandi), recupera la esencia de la cocina andalusí desde los conceptos y técnicas actuales. Cada temporada se centra en una época y, actualmente, aborda el Siglo de Oro español a través de tres menús (Mudéjar, Morisco y Al-Yazira) que reinterpretan el esplendor culinario de los siglos XVI y XVII. Ofrece platos como la pasta de trigo duro, mantequilla ahumada, fondo de gallina y calamarito (una reinterpretación de la Abbasíya) o, de postre, las Naranjas del barrio con azahar, almendra frita y aceite de oliva virgen extra.

Un escalón por debajo se encuentran otros cuatro restaurantes que tienen dos estrellas. Alevante, en Chiclana (también de Ángel León) y LÚ, Cocina y Alma, de Jerez, y los malagueños Bardal, en Ronda, y Skina, en Marbella.

Sobre Alevante, la guía dice que es la filial del increíble restaurante Aponiente, donde el chef Cristian Rodríguez empieza en la zona de bienvenida tomando aperitivos, con vinos de la Tierra de Cádiz, y a

Mapa de los restaurantes con estrellas Michelin en Andalucía



FUENTE: Guía Michelin GRÁFICO: Dot. de Infoorafia.

continuación pasa al comedor, donde los mejores productos marinos (erizo, quisquilla, ostión, atún, pescadilla...) toman el timón.

En LÚ Cocina y Alma el chef Juanlu Fernández, un apasionado de la cocina a fuego lento, define su propuesta como una "vanguardia de retaguardia". Tras esta expresión se encierra un universo personal y un poco loco, construido en torno a la culinaria clásica gala pero dando protagonismo al mejor producto andaluz.

En Bardal, el chef Benito Gómez, catalán de origen pero andaluz de adopción, propone una cocina creativa y personal

que consigue cautivar, sin estridencias ni etiquetas, basada en unos sabores reconocibles que enlazan con la tradición local y se presentan transformados en un sutil juego de contrastes y texturas. Propone dos menús degustación con diferente número de platos (Bardal y Gran Menú Bardal), en ambos casos con opción de maridaje y de un completo carro de quesos artesanos antes de los postres. ¿Un pase que nos ha gustado especialmente? Su serie Cogollo a la brasa con emulsión de vaca / Guisantes Bágua encebollados y queso Payoyo / Piel de pollo y gamba.

Y en Skina, en Marbella, el chef toledano

Mario Cachinero, que aborda con especial pasión el concepto líquido de la propuesta (es el caso del plato Quisquillas y su caldo Thai), nos plantea un retorno al recetario clásico andaluz y los sabores de esta tierra desde la creatividad, reinventando los platos con máximo respeto, pero mostrando siempre su inequívoca personalidad. Puedes dejarte llevar por cualquiera de sus menús: uno tipo Carta (con 5 platos), el de Temporada, con opción de maridaje, y finalmente el llamado Grand Crú, que ya lo lleva incluido con unos extraordinarios vinos y champagnes para que acaricies el cielo con el paladar.



Unos vecinos de Almería disfrutan de uno de los bares almerienses con más solera: Casa Puga

Tradición en cada bocado: un viaje del mar a la huerta

Macarena González

SALIR a tomar algo y volver con la barriga llena es una de las grandes premisas que debes de tener en cuenta si visitas la provincia de Almería, donde la gastronomía va muy ligada a la forma de disfrutar de la vida que tiene su gente y una cocina marcada por el producto, la tradición y el vínculo con el mar y la huerta. La provincia de Almería destaca por su diversidad, su riqueza y la abundancia de sus platos que se reparten por todos los pueblos de su geografía, en los que hay una parada obligatoria para conocer lo mejor de sus fogones y de los platos típicos de la zona.

El gran referente de la alta cocina almeriense sigue siendo el restaurante La Costa, en El Ejido, el único de la provincia que luce una Estrella Michelin. Dirigido por el chef José Álvarez, el establecimiento ha conseguido revalidar este reconocimiento durante más de dos décadas, consolidándose como el mejor exponente gastronómico de Almería. Su cocina es el resultado de la evolución de un restaurante familiar hacia una propuesta contemporánea, sin perder nunca la esencia de los sabores tradicionales. La Guía Michelin destaca la capacidad de José Álvarez para trabajar el entorno más cercano, con pescados y mariscos del mar de Alborán y verduras procedentes de pequeños productores locales. Esta filosofía se plasma en su menú degustación, un recorrido por el

RECOMENDADOS

LA COSTA

El Ejido

TERRAZA CARMONA

Vera

LA VILLA

Aguamarga (Níjar)

ASADOR LA CHUMBERA

Aguamarga (Níjar)

RESTAURANTE GINÉS PERGRÍN

Almería (C/ Méndez, 6)

ESPACIO GASTRONÓMICO TONY GARCÍA

Almería (Av. Maditerráneo, 281)

TINTA NEGRA

Almería (C/ Fructuoso Pérez, 12)

VIVO GOURMET

Almería (C/Marín, 12)

TRAVIESO

Almería (C/Lentisco, 14)

CASA PUGA

Almería (C/ Jovellanos, 7)

EL QUINTO TORO

Almería (C/Juan Leal, 7)

paisaje agrícola y marítimo de la provincia que combina técnica, creatividad y un profundo respeto por el producto, convirtiendo cada plato en una experiencia ligada al territorio.

Junto a La Costa, Terraza Carmona, en Vera, es otro nombre propio de la gastronomía almeriense reconocida por Michelin gracias a su distinción Bib Gourmand. Este galardón pone en valor la excelente relación calidad-precio de un negocio familiar de tercera generación que ha sabido mantener viva la tradición culinaria de la provincia. Además, otros ocho restaurantes completan la lista de recomendados, que asciende a una decena los establecimientos recomendados por la prestigiosa guía y repartidos por distintos puntos de Almería para mostrar la diversidad de su cocina a lo largo de su extenso y variopinto territorio.

Pero, más allá de los reconocimientos, la esencia de la gastronomía almeriense se vive en los bares y en la cultura de la tapa, donde cada bebida suele ir acompañada de una tapa generosa incluida en el precio que invita a disfrutar acompañado de amigos en cada salida. Pescado fresco, migas, carnes en salsa, a la plancha o brasa, salazones y embutidos, productos de la huerta como el tomate raf y la berenjena o clásicos como el chérigan convierten la tapa en mucho más que comida: una forma de compartir, charlar y disfrutar de la vida, que explica por qué Almería es un destino gastronómico tan especial para todo aquél que la visita.

Museo Camarón, referencia nacional del legado flamenco

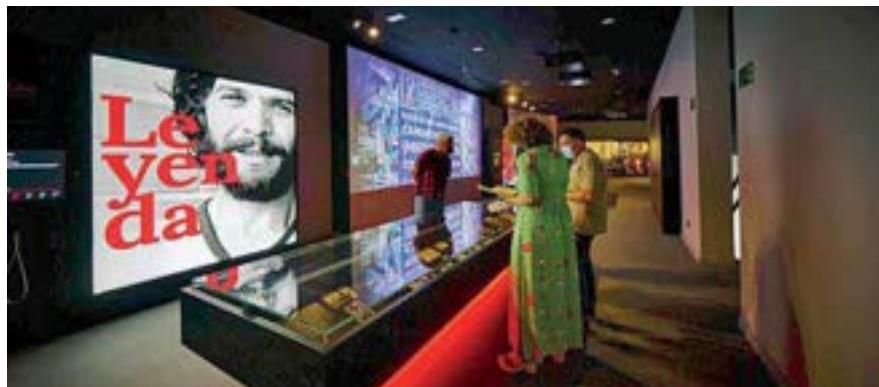
El Museo Camarón, ubicado en la plaza Juan Vargas de San Fernando, Cádiz, es desde el 2 de julio de 2021 uno de los centros de referencia nacional en la difusión y estudio del flamenco y la figura de José Monje Cruz, conocido universalmente como Camarón de la Isla. Desde su apertura, el Museo Camarón ha sumado más de 75.000 visitas, consolidándose como un destino imprescindible para quienes profesan admiración por el flamenco y para los visitantes interesados en la cultura andaluza. A lo largo de este 2025, ya han pasado por sus instalaciones más de 4.664 personas, una tendencia que refleja el gran interés que sigue generando su legado.

La apuesta de la localidad isleña por recuperar y poner en valor la herencia de Camarón ha llevado a San Fernando a situarse como foco de atracción cultural. El Museo Camarón constituye no solo un homenaje a la trayectoria musical y personal de José Monje Cruz, sino que ofrece una infraestructura moderna, con dos plantas y cerca de 1.200 metros cuadrados. Su diseño contemporáneo se integra en el entorno, junto a la emblemática Venta Vargas y la escultura en honor a la leyenda del cante.

La muestra permanente del museo se organiza en tres grandes bloques temáticos: "origen", "leyenda" y "revolución". Cada uno de ellos recrea las principales etapas vitales y artísticas de Camarón. El visitante inicia el itinerario descubriendo la infancia y los primeros contactos con el arte flamenco del artista en su localidad natal, un periodo marcado por una fuerte vinculación a la isla y a sus raíces familiares.

En las salas del museo, la conexión con la vida personal y profesional del artista se ve reforzada gracias a los numerosos objetos cedidos por su familia: fotografías, vestuario, instrumentos y documentos inéditos forman parte de este fondo museístico, junto a álbumes familiares que facilitan una inmersión en la biografía de Camarón.

El Centro de Interpretación destaca por el uso de formatos tecnológicos e interactivos, como grandes pantallas y dispositivos audiovisuales, que amplían la experiencia cultural. Entre las piezas



salto de Camarón a Madrid, su relación artística fundamental con Paco de Lucía, y la grabación del histórico álbum "La leyenda del tiempo". Por su parte, el bloque "revolución" abarca la relevancia de toda su obra posterior y el fenómeno cultural que despertó tras su fallecimiento.

La entrada al Museo Camarón es gratuita, aunque es imprescindible reservar previamente a través del sistema digital habilitado por el Ayuntamiento de San Fernando. El horario de acceso en 2025 se mantiene de martes a sábado en turnos de mañana a las 11:30 y 12:30 horas; y por la tarde a las 17:00, 18:00 y 19:00 horas. Los

domingos y festivos el museo abre solo en horario matinal, con pases a las 10:00, 11:00, 12:00 y 13:00 horas, siempre bajo reserva anticipada.

El Museo Camarón funciona como punto de encuentro e interpretación del flamenco, siendo lugar de cita para expertos, aficionados y público escolar que acude a descubrir el legado de uno de los arti-

que suscitan un mayor interés se cuenta el Mercedes 300D restaurado que lució Camarón en los últimos años, visible en el patio central.

Además, el museo exhibe premios internacionales, discos de oro, la 'Llave de oro del Cante' y reconocimientos como los Grammys asociados a la carrera del artista. El área denominada 'leyenda' aborda el

tistas más influyentes de la música española del siglo XX. La iniciativa municipal y el apoyo de la familia Camarón han permitido que su memoria sea objeto de estudio, divulgación y preservación patrimonial.

San Fernando, con la creación y consolidación del Museo Camarón, se perfila como uno de los destinos culturales clave en el circuito andaluz del flamenco.



Espectacular imagen de un eclipse solar, como los que se verán en Granada

Destino mundial para los eclipses solares en 2026 y 2027

GRANADA se consolida entre los principales destinos europeos para la observación de los eclipses solares que tendrán lugar el 12 de agosto de 2026 y el 2 de agosto de 2027, según el plan especial diseñado por la Diputación provincial. Se prevé la llegada de cientos de miles de aficionados y científicos de todo el mundo, atraídos tanto por la relevancia astronómica del evento como por la excelente calidad de los cielos en la provincia. España será el epicentro europeo de estos fenómenos astronómicos únicos, con tres eclipses solares consecutivos en apenas tres años, dos de ellos totales y uno de tipo anular, un hecho insólito en el continente desde hace más de un siglo.

La singularidad de este fenómeno ha motivado que el Consejo de Ministros apruebe en julio de 2024 el Real Decreto para la creación de una Comisión Interministerial que coordine todos los aspectos relacionados con la gestión y seguridad durante los eclipses de 2026, 2027 y el anular de 2028. La comisión, presidida por el secretario de Estado de Ciencia, Innovación y Universidades, integra hasta trece ministerios y responde a la magnitud prevista, que se compara con grandes eventos internacionales por el volumen de desplazamientos, la relevancia científica y los retos logísticos asociados.

El eclipse total del 12 de agosto de 2026 se-

La provincia tendrá un enclave privilegiado, potenciando astroturismo y calidad científica



rá visible en casi toda la provincia de Granada, con magnitudes cercanas al 98 % en Puebla de Don Fadrique y valores mínimos del 95 % en Almuñécar, justo al atardecer. En la capital, el grado de ocultación del Sol será del 97 %. El 2 de agosto de 2027, el eclipse total alcanzará su punto álgido en la Costa Tropical y la Alpujarra, donde llegará a oscurecerse completamente el entorno poco antes de las once de la mañana, con sólo un 1 % del disco solar descubierto en Granada capital.

Granada apuesta por impulsar su astroturismo en áreas rurales y de baja contaminación lumínica, aprovechando instituciones científicas de gran prestigio como la Universidad de Granada y el Instituto de Astrofísica de Andalucía (IAA-CSIC). La Diputación prepara campañas específicas para vincular el fenómeno con enclaves como el Geoparque o Sierra Nevada, planificando dispositivos especiales ante el esperado incremento de visitantes.

El Ayuntamiento de Granada, a través de su Comisión de Eventos, trabaja en la gestión de recursos y seguridad para esos días. Aunque aún se está a la espera de previsiones oficiales sobre afluencia de visitantes, ya se han iniciado los primeros contactos para articular operativos en movilidad, sanidad u hostelería acorde a la demanda.

El investigador Alejandro Sánchez, del Instituto de Astrofísica de Andalucía, subraya que “el eclipse de 2026 será sobre todo un hito social y divulgativo”. Granada tiene tradición en este tipo de fenómenos, ya que la astronomía local nació tras los eclipses de 1900 y 1905, origen del Observatorio de la Cartuja. Según el experto, “los eclipses totales de Sol son el espectáculo natural más impresionante que existe”. Además, resalta que el eclipse de 2027 será el más largo del siglo XXI en Europa, con hasta dos minutos de oscuridad total en algunas zonas costeras de Andalucía.

Calendario cordobés que se come



La provincia de Córdoba destaca por su variado calendario gastronómico, ligado estrechamente a la estacionalidad y el legado de civilizaciones que han conformado su identidad culinaria. En el contexto andaluz, la cocina de Córdoba se presenta como un fiel reflejo de la climatología, la economía rural y las celebraciones populares, reuniendo en cada época del año platos específicos que constituyen un auténtico itinerario de sabores. El recetario local varía siguiendo el ciclo de las estaciones, con preparaciones frías, guisos intensos o repostería tradicional según la fecha.

En verano, Córdoba sitúa al salmorejo como máxima representación culinaria. Se elabora habitualmente a base de tomate, pan, aceite de oliva virgen extra, ajo y sal, y se decora ‘con huevo duro y virutas de jamón curado’. Existen registros en recetarios que confirman su popularidad desde mediados del siglo XX, aunque su origen es anterior. Junto al salmorejo se encuentran recetas heredadas como el ajolanco, sopa fría a base de almendras y pan, y ‘ensaladas de naranja y bacalao’ muy arraigadas en pueblos de la Campiña.

El vino joven de la Denominación de Origen Montilla-Moriles suele estar presente en las mesas estivales, acompañando platos frescos de la temporada. La elección de alimentos de fácil conservación y preparación responde a la necesidad de combatir el calor, aprovechando la producción agrícola local.

El cambio de estación trae consigo



una transformación de la oferta culinaria. Durante octubre y noviembre rolifran en mercados y restaurantes productos silvestres como setas y aves de caza. En localidades de Los Pedroches o la Subbética, ‘la perdiz en escabeche y los guisos de temporada se convierten en protagonistas’. La cocina de otoño se caracteriza por los sabores intensos y las texturas longas, con platos preparados con mimo y tiempos pausados.

Esta época también conoce la transmisión de recetas familiares, como fondeu de carne o calderetas, preparadas a fuego lento y servidas en reuniones festivas. La importancia de la caza en la

cultura alimentaria refuerza la identidad de la provincia en el calendario.

El invierno devuelve la importancia a los platos calientes, de cuchara y con ingredientes contundentes. Destacan el rabo de toro, tradicionalmente vinculado a celebraciones taurinas y considerado uno de los platos tradicionales más emblemáticos, y los potajes con legumbres como garbanzos y habas con jamón. ‘Las ollas de trigo, muy apreciadas en municipios del norte como Añora, combinan cereales con carnes y hortalizas’, según fuentes locales.

La matanza tradicional fortalece la despensa cordobesa en los meses fríos aportando embutidos como salchichón, chorizo y morcilla, principales protagonistas en festividades rurales y reuniones familiares. La elaboración casera de productos cárnicos de cerdo sigue viva en los núcleos rurales.

Con la llegada de marzo y abril, Córdoba experimenta una renovación de sabores. Las huertas aportan ‘alcachofas, espárragos trigueros y habas frescas’, ingredientes que irrumpen en guisos ligeros y salteados. La primavera coincide con un aumento de la repostería típica: los pestiños, tradicionales en Semana Santa, las flores fritas y el pastel cordobés, elaborado a base de cabello de ángel.

En el calendario gastronómico, estas recetas se asocian a celebraciones religiosas y romerías que jalónan la provincia, integrando la cocina en el tejido festivo local.



Recreación histórica del levantamiento de El Bosque ante las tropas francesas

Cada año, El Bosque hace un viaje al pasado para celebrar la valentía de todo un pueblo que supo levantarse contra el asedio de las tropas francesas en 1810. Esta gesta le valió la concesión del título de Villa y es la referencia para la celebración de una de las recreaciones históricas más relevantes de la provincia de Cádiz y del conjunto de Andalucía. / Ramón Aguilar



Sevilla, gran capital del tapeo



El tapeo en Sevilla constituye un fenómeno cultural que, en 2025, continúa consolidando a la ciudad como referente nacional de la gastronomía popular y el ocio social. Locales históricos, como Casa Moreno, Restaurante Flor de Toranzo y Bodeguita Antonio Romero, mantienen vivas las costumbres gastronómicas, contribuyendo a la identidad andaluza a través de una oferta que fusiona tradición culinaria, historia urbana y convivencia. Entre calles del centro, plazas animadas y una atmósfera abierta, la práctica de tapear en Sevilla refleja tanto el arraigo local como la capacidad de la ciudad para acoger a visitantes nacionales e internacionales en busca de sabores genuinos.

El tapear en Sevilla trasciende el simple acto de comer. Este ritual, presente en el día a día de la ciudad desde mediados del siglo XX y antes, se caracteriza por la degustación de pequeños bocados en compañía, con especialidades caseras que varían según establecimiento y temporada. A lo largo de los años, bares y tabernas tradicionales han adaptado su carta manteniendo siempre el núcleo de productos andaluces, entre los que destacan los montaditos, chacinas ibéricas, pringá y tapas de pescado. Según la tradición sevillana, el consumo de cerveza o vinos como el fino o el vermut acompañan socialmente el tapeo, consolidando su papel en la vida cotidiana y en la oferta turística local.

Quienes recorren Sevilla en busca de tapeo encuentran una secuencia de sa-



bores y encuentros sociales que atraviesan generaciones. La combinación de montaditos crujientes, tapas de carne, chacinas y productos del mar constituye el núcleo de la identidad local, enriquecido por la oferta de cerveza, vinos generosos y vermut. En palabras de veteranos del sector: "En Sevilla, tapear es más que comer: es vivir la ciudad a través de sus sabores, su historia y su gente". Todo ello confirma la vigencia de una práctica social que, en 2025, sigue uniendo a sevillanos y visitantes en torno a la mesa.

El tapeo sevillano constituye un hábi-

to arraigado en la cultura popular andaluza, identificándose por la costumbre de intercambiar tapas y pequeños bocados de bar en bar. A diferencia de otros modos de consumo gastronómico, el tapeo favorece la socialización, la charla espontánea y la permanencia en el espacio urbano. En el siglo XXI, especialmente en el centro histórico, esta práctica adquiere dimensiones turísticas pero también sigue siendo punto de reunión vecinal y familiar, manteniendo su esencia como parte fundamental de la vida sevillana.



Kúspide Aventura: Turismo sostenible entre ríos, playas, desiertos y montañas de Andalucía



ACTIVIDADES en nieve, barranquismo, enoturismo, kayak en mar, multiaventura, orientación patrimonial, senderismo cultural y medioambiental, mountain bike BTT, escalada, rappel, surf, tiro con arco, fotografía de naturaleza, juegos al aire libre... Forman parte del amplio y atractivo catálogo de actividades que ofrece la empresa almeriense Kúspide Aventura y que desarrolla principalmente en las provincias de Almería, Granada y Jaén. Ubicada en plena Alpujarra almeriense, marco inigualable y punto de referencia



para los amantes del deporte, la cultura y la naturaleza, la mayor parte de su oferta la desarrolla en el Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada; y en los Parques Naturales de Cabo de Gata y Sierra de Gádor. Todas sus actividades están organizadas desde los valores y objetivos marcados por la Carta Europea de Turismo sostenible y dentro de las estrategias para Áreas Protegidas marcadas por la Europarc Federation.

Estos espacios protegidos unen valores ecológicos, paisajísticos, históricos y culturales de características singulares,

donde destaca su variabilidad y diversidad paisajística, pues en apenas una hora se puede pasar de las playas más cristalinas de la Península Ibérica, para llegar a las cumbres nevadas más altas del sur de Europa, sin olvidar en este viaje de experiencias el paisaje desértico de tabernas y los bandlands de las últimas estribaciones del Parque Nacional de Sierra Nevada.

Kúspide Aventura busca la calidad en el servicio y ofrece paquetes turísticos con monitores especializados en cada una de las actividades que desarrollan, con un amplio currículum y experiencia, lo que permite adaptarlas a distintos niveles técnicos y físicos.

El objetivo de esta empresa, dedicada al ocio educativo y al turismo activo, no es otro que acercar a los amantes del deporte, la cultura y la naturaleza, a lugares privilegiados y alejados de las rutas convencionales.



Una ciudad para descubrir a Picasso

Marta Franco

ANTES de encarar la corrida picassiana en Málaga, en abril de 2025, el torero Roca Rey quiso tomar una ruta por la ciudad siguiendo la estela del pintor Pablo Picasso e imburse de su legado: primero, el hogar y entorno familiar del artista; luego, visitó la Plaza de la Merced, la Iglesia de Santiago, la calle Granada, pasó por el Museo Picasso y por el antiguo Museo Municipal, y finalizó su recorrido en el coso de La Malagueta.

“Picasso pasó toda su infancia explorando la ciudad que lo vio nacer, aquel otoño de 1881. La ciudad le dejó una inmensa huella; de hecho, su obra está profundamente marcada por Málaga, lo que da a entender hasta qué punto la relación entre el artista y la ciudad fue fundamental para él, desde su nacimiento hasta sus primeros pasos artísticos: esa ciudad luminosa de luz fulgurante, de las palomas, los toros y los primeros juegos”, señala la concejala delegada de Cultura y Patrimonio Histórico del Ayuntamiento de Málaga, Mariana Pineda.

“De ahí, que la Málaga de Picasso sea una Málaga infinita, tantas ciudades como ideas de ciudad era capaz de imaginar un niño ávido de vida, magia, luz y creación”, asegura. Y es que hay varios lugares que sitúan a Málaga en un lugar preponderante dentro del mapa vital “picassiano”, enclaves donde se forjó la

La Plaza de la Merced, el Ateneo o el Convento de San Agustín, lugares claves en la ruta del pintor



personalidad del artista y la persona, que el visitante no puede perderse.

*Su casa natal, hoy Museo Casa Natal Picasso, en el número 15 de la Plaza de la Merced, donde dio sus primeros pasos de niño, corriendo detrás de las palomas. Este museo es uno de los grandes centros de documentación especializada en la vida y obra del artista y cuenta con una de las bibliotecas especializadas sobre el artista más importante; es aquí donde podemos reconocer alguna de sus

obras y contemplar muchos de sus objetos personales. “Tras su última gran reforma estructural en 2022, el Museo trabaja actualmente sobre sus fondos, oferta y labor de difusión de la obra picassiana”, explica la concejala. Este enclave ha recuperado visitas en el último trimestre de 2025: hasta noviembre, sumaba más de 37.400 entradas.

“Desde el Ayuntamiento se trabaja por impulsar el conocimiento y actividad de las calles, plazas, monumentos y sitios de interés del centro histórico que giren en torno a los museos dedicados a la memoria y obra del pintor malagueño, bajo la denominación de ‘Entorno Picasso’”, destaca la edil de Cultura.

Desde hace 17 años, la imponente escultura de bronce del inmortal Pablo Picasso, obra de Francisco López Hernández, reposa en un banco de la plaza de la Merced de Málaga, el lugar de su niñez, contemplando a los transeúntes, con su cuaderno y lápiz en mano, dispuesto a dibujar las vidas que pasan por Málaga en pleno siglo XXI.

COMER Y BEBER COMO EL PINTOR

Centrándonos en la figura de Picasso, dicen que, gastronómicamente hablando, gustaba de comer de forma sencilla y mediterránea: pescado fresco, verduras, frutas, acompañadas de un poco de vino. La recomendación es buscar cualquier buen sitio dedicado al pescado fresco malagueño y a la cocina tradicional, cercana, de proximidad. Y probar el gazpachuelo, la sopa Viña AB, el caldo de pitarroja, los boquerones... con algunos buenos caldos de la zona, moscatel o algunos de sorprendentes vinos las viñas de la provincia en su zona más septentrional.

Sevilla en primavera: entre la cera y el albero

Semana Santa, toros y feria, los grandes eventos en la primavera sevillana



En Sevilla, la primavera se traduce en la convivencia entre dos celebraciones emblemáticas que marcan el pulso social y económico de la ciudad: la Semana Santa y la Feria de Abril. Ambas festividades, consolidadas en el calendario desde hace décadas, impulsan tanto el turismo religioso y festivo como la economía local, convirtiendo la capital andaluza en uno de los focos de mayor interés cultural y patrimonial de España en la época primaveral.

Durante los días de Semana Santa, más de 60 hermandades protagonizan procesiones en el centro histórico de Sevilla, generando una asistencia anual superior al millón de personas y movilizando tanto a la comunidad local como a visitantes llegados desde varios puntos del país. Según los últimos datos disponibles, el impacto económico directo e indirecto vinculado a estas procesiones supera los 400 millones de euros, con especial repercusión en la hostelería, el comercio y la producción artesanal de elementos religiosos. A nivel social, la solemnidad de los cortejos y la veneración de imágenes centenarias conforman un paisaje de recogimiento y valor patrimonial reconocido internacionalmente.

Tras la Semana Santa, Sevilla experimenta un cambio sustancial de ambiente con la llegada de la Feria de Abril. El recinto ferial del Real, que cada año se levanta al suroeste de la ciudad, acoge a

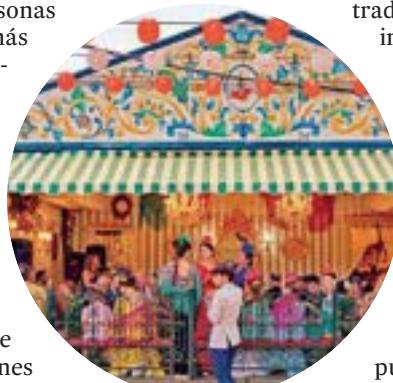
más de un millón de personas durante el evento, con más de 1.000 casetas instaladas sobre una superficie de 450.000 metros cuadrados. El consumo de productos típicos como "rebujito", pescado frito, jamón ibérico y manzanilla alcanza cifras registradas de récord. El impacto económico de la Feria se aproxima a los 900 millones de euros, consolidando su relevancia como motor clave en la primavera sevillana y favoreciendo el empleo temporal en sectores vinculados al ocio, el turismo y los servicios.

El contraste entre la sobriedad de la Semana Santa y la efervescencia de la Feria de Abril se plasma en costumbres, indumentaria y expresión colectiva. Si el negro y el morado dominan durante los cortejos procesionales, los colores vivos y la música de sevillanas inundan la ciudad en Feria. Las calles por las que antes discurren pasos procesionales albergan, dos semanas más tarde, desfiles de caballos y trajes de flamenca. Sin embargo, ambas citas comparten una fuerte dimensión de identidad,

tradición y transmisión intergeneracional que refuerza el tejido social y la imagen internacional de Sevilla.

Bajo el mismo clima suave y días cada vez más largos, la primavera favorece la participación ciudadana en el espacio público y el fortalecimiento de la economía local y regional. Sevilla reafirma así su posición como referente en la organización de eventos de gran escala, combinando valores culturales con una oferta turística que atrae a visitantes nacionales e internacionales. Tanto la cera derretida en los cortejos como el albero levantado en las casetas reflejan la capacidad local para gestionar con éxito tradiciones arraigadas y oportunidades económicas, sin perder el equilibrio entre ambas facetas.

La Semana Santa y la Feria de Abril sitúan cada año a Sevilla como referente nacional



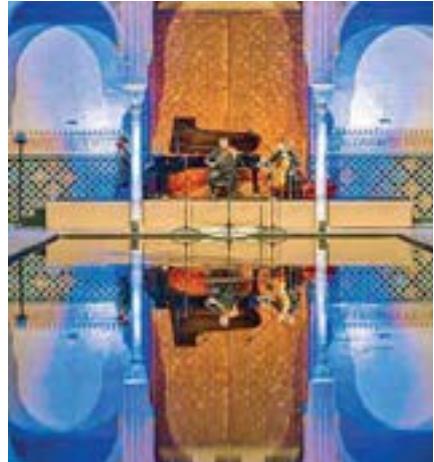


Granada: patrimonio, música y cultura

El Festival Internacional de Música y Danza de Granada emerge cada verano como uno de los eventos culturales más relevantes de España, ocupando espacios emblemáticos como la Alhambra, el Palacio de Carlos V y el Generalife. Esta cita anual, que se extiende desde mediados de junio hasta principios de julio de 2025, consolida a Granada como un referente internacional al reunir a orquestas europeas, compañías de danza y creadores contemporáneos en entorno de valor patrimonial incalculable.

La fórmula que distingue al festival granadino combina excelencia artística y escenarios históricos, permitiendo que la música clásica, la danza y el aprendizaje convivan durante semanas de intensa programación. La iniciativa, que tuvo su punto de partida en 1952 a partir de los conciertos promovidos en el Palacio de los Leones por Leopoldo Torres Balbás, superó el medio siglo de vida enfocada a la preservación patrimonial y la difusión cultural, captando la atención de visitantes nacionales e internacionales. A lo largo de sus setenta y tres ediciones, el certamen ha marcado un impacto económico y turístico significativo para la ciudad y su entorno.

El programa actual del Festival de Granada articula su oferta en tres vectores clave. Por un lado, la música clásica ocupa el epicentro, congregando a orquestas como



El Festival Internacional de Música y Danza reúne en escenarios históricos a grandes artistas



la Filarmónica de Viena, la Orquesta Nacional de España o la Mahler Chamber Orchestra, muchas debutando en la capital nazarí. La música de cámara y los solistas también encuentran su espacio en patios y auditorios históricos. Las actuaciones se adaptan a la acústica y al valor patrimonial de los escenarios, de modo que las reglas

para preservar el entorno, como la limitación de horarios y la protección de la fauna nocturna de la colina de la Alhambra, se integran en la logística cada temporada.

En lo relativo a la danza, el certamen reserva el Teatro del Generalife y otros recintos para compañías de prestigio como el Ballet Nacional de España o formaciones extranjeras, que ensayan coreografías diseñadas a medida para los jardines y patios del recinto. Granada se convierte así en punto de encuentro para la disciplina, con la particularidad de que la escenografía original histórica modifica el sentido y la recepción artística de cada función. Una constante a lo largo de los años, que según artistas como Alicia Amatriain, 'coloca a Granada y el conjunto monumental en diálogo creativo con las artes escénicas'.

No menos relevante resulta la extensión social del festival, aglutinada bajo el FEX (Festival Extendido). Mediante esta iniciativa, se programan conciertos gratuitos, talleres y espectáculos itinerantes en espacios urbanos como plazas, patios de escuelas y residencias, y distritos alejados del centro histórico.

El vínculo entre el Festival de Música y Danza y la Alhambra queda reflejado en la singular programación de conciertos nocturnos, recitales de piano y estrenos de danza bajo la luz de la luna y la acústica de los muros nazaríes. Las condiciones de conservación del monumento, en coordinación con el Patronato, establecen que 'todas las actividades deben finalizar antes de la medianoche' para salvaguardar el patrimonio arquitectónico y el bienestar de la fauna de la colina.



Los íberos, pioneros del desarrollo cultural

Eduardo Osborne

En la provincia de Jaén se encuentra uno de los museos más interesantes y curiosos que pueden visitar tanto turistas españoles como extranjeros. Se trata del Museo Íbero, cuyo objetivo es mostrar la importancia fundamental que tuvo la cultura íbera en la región andaluza y en el conjunto de España.

Dentro de este museo se pueden contemplar rasgos de identidad, cultura e historia de las civilizaciones íberas que habitaron esta provincia en siglos pasados. La cultura íbera no se centra únicamente en el ámbito local, sino que también abarca a otros pueblos íberos que se desarrollaron fuera de la provincia de Jaén.

La mayoría de los pueblos íberos se ubicaban en el sur de España y en la zona del Levante peninsular. Concretamente, estuvieron asentados en la península ibérica desde el siglo VII hasta el siglo I a. C. Mantuvieron constantes interacciones con fenicios y griegos, y aunque muchas de estas civilizaciones presentaban diferencias entre sí, compartían numerosos rasgos culturales comunes y significativos.

Entre estos elementos compartidos destacan la organización política jerarquizada, el orden territorial de sus asentamientos y los ritos religiosos relacionados con el enterramiento y la defunción. Los íberos realizaron numerosas aportaciones positivas en la península ibérica hasta que se produjo el proceso de romanización.

Por todo ello, la cultura íbera fue de gran relevancia en España, y en la actualidad siguen conservándose obras y monumentos artísticos construidos por estas civilizaciones. En definitiva,

los íberos forman parte esencial de la historia y la cultura de la sociedad española pasada, presente y futura.

En la actualidad, el Museo Íbero se encuentra ubicado en el solar donde anteriormente se situaba la antigua cárcel de Jaén. Diversas instituciones públicas de gran relevancia, como la Diputación Provincial, el Ayuntamiento de Jaén, el Ministerio del Interior y la Junta de Andalucía, decidieron impulsar la creación de este museo para poner en valor la importancia de las civilizaciones íberas en la provincia.

En este museo se alberga una amplia colección de elementos relacionados con la cultura íbera del pasado. Además, el Museo Íbero destaca por su carácter investigador y pedagógico, ya que se organizan diferentes exposiciones sobre la historia y el desarrollo de la cultura íbera en España, así como la muestra de restos arqueológicos procedentes de diversas excavaciones realizadas por investigadores de gran prestigio.

El Museo Íbero reúne numerosos elementos y objetos artísticos vinculados a esta cultura. En él no solo se conservan piezas procedentes de Jaén, sino también de otras comunidades donde los íberos estuvieron presentes en épocas pasadas. Entre estos objetos se pueden encontrar elementos de culto, piezas funerarias y enseres utilizados en la vida cotidiana.

Además de los objetos elaborados y utilizados por los íberos, es fundamental destacar la importancia de la escultura. Los íberos desarrollaron una escultura cuidada y coherente, y por ello el museo alberga auténticas joyas artísticas, como las cráteras griegas de Píquia o diversas piezas metálicas

que despiertan un gran interés social y cultural.

En definitiva, la finalidad principal de este museo es difundir la cultura y la historia íbera entre todas las personas que se acerquen a visitarlo. Según la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales, “el nuevo museo atraerá importantes flujos culturales, sociales y económicos a la ciudad de Jaén y su entorno. Supone una gran oportunidad para consolidar a la provincia y a toda Andalucía como destino cultural de prestigio, a nivel nacional e internacional”.





Vistas panorámicas del Cabogata Beach, con el Mar Mediterráneo al fondo.

Cabogata Beach y Cabogata Jardín, dos experiencias únicas para descubrir Cabo de Gata

CABOGATA Beach 5* y Cabogata Jardín 4*, establecimientos de Valnest Hotels, se consolidan a nivel nacional como dos referentes del turismo de calidad en la impresionante costa de Almería

tras sus recientes reformas, ofreciendo propuestas diferenciadas que combinan descanso, gastronomía y ocio en un entorno natural privilegiado.

El Hotel Cabogata

Beach, primer cinco estrellas de la costa almeriense, se ubica en un inmejorable lugar como es primera línea de playa y ofrece espectaculares vistas al Parque Natural de Cabo de Gata, la Bahía de Almería y el Mar Mediterráneo. Su diseño contemporáneo y minima-



lista realza la amplitud y la luminosidad de sus habitaciones y suites, totalmente equipadas para garantizar una estancia exclusiva y confortable.

Gracias a su excelente localización, próxima al aeropuerto, al centro de la ciudad de Almería, al campo de Golf Alborán de El Toyo y al propio Parque Natural, el hotel se convierte en el punto de partida ideal para descubrir los principales atractivos de la zona. Sus completas instalaciones

El Cabogata Beach ofrece espectaculares vistas al Parque Natural, la Bahía de Almería y el Mediterráneo



Pistas blandas y tubos para el disfrute de los más pequeños en el Aquapark.

incluyen piscinas exteriores con vistas al mar, piscina interior climatizada, spa, sauna y baño turco, además de una variada oferta de actividades deportivas y de ocio tanto en verano como en invierno.

La propuesta gastronómica del Cabogata Beach destaca por su carácter innovador y su cuidada presentación. Espacios como OLÉ Tapas Bar, CITRUS

Pool Bar y el restaurante mediterráneo Origen ofrecen al cliente una experiencia culinaria basada en el producto, la tradición y la creatividad, pensada para satisfacer a los paladares más exigentes

que acuden para disfrutar y vivir nuevas experiencias.

A tan solo 500 metros del Cabogata Beach y a menos de 50 metros del Palacio de Exposiciones y Congresos Cabo de Gata, el Hotel Cabogata Jardín 4* se posiciona como una opción estratégica tanto para estancias vacacionales como para la organización de eventos corporativos, reuniones y celebraciones de mayor capacidad.

Destaca especialmente su orientación familiar, con amplias zonas acuáticas, dos piscinas y una completa Zona Splash con parques acuáticos y toboganes para todas las edades, sin renunciar al confort y a la calidad del servicio.

El Cabogata Jardín es una opción estratégica para estancias vacacionales y para organizar eventos



La oferta gastronómica del Cabogata Jardín refuerza su carácter dinámico y experiencial, con propuestas como Bella Catrina, que fusiona la cocina italiana y mexicana; Tikki Pool, ideal para disfrutar junto a la piscina; Colonnade, pensada para los más pequeños; y Striker Sports Bar, un espacio orientado para el tiempo de ocio de los adultos y a la retransmisión de distintos eventos deportivos.

Dos hoteles situados en un enclave único de la provincia de Almería, dos estilos complementarios y una misma filosofía: ofrecer experiencias memorables para el cliente en un enclave natural incomparable del Mar Mediterráneo.



Trenes de alta velocidad de Iryo.

Moverse mejor para trabajar mejor: el viajero corporativo apuesta por la alta velocidad

La movilidad profesional vive un momento de transformación. Las agendas ya no responden a esquemas: reuniones, proyectos y oportunidades de negocio se reparten a lo largo de toda la semana y exigen soluciones de transporte capaces de adaptarse a este nuevo ritmo. En este contexto, la alta velocidad se consolida como una aliada clave para el viajero corporativo, que prioriza cada vez más la eficiencia, la flexibilidad y el confort a bordo.

Andalucía, que cuenta con algunos de los principales nodos económicos del país, lo está viviendo de primera mano.

Ciudades como Sevilla, Málaga o Córdoba concentran actividad empresarial, talento e innovación, y requieren una conectividad que permita desplazamientos ágiles, incluso de ida y vuelta en el día. Con esta realidad

Iryo refuerza la alta velocidad en Andalucía con frecuencias que facilitan la movilidad y optimizan los tiempos de viaje

como punto de partida, iryo ha reforzado su propuesta en la comunidad, apostando por una oferta sólida de alta velocidad, con más de 15 frecuencias diarias



con Sevilla y más de 8 con Málaga, todas ellas con parada en Córdoba, configurando así una red pensada para facilitar la movilidad profesional entre semana y

optimizar los tiempos de viaje.

Esta conectividad, reforzada por una distribución de horarios que prioriza los desplazamientos fuera de las horas pun-



Interior de uno de los vagones con todas las comodidades para el trabajo o disfrutar del viaje.

ta, explica por qué cada vez más viajeros corporativos optan por viajar en tramos valle. No se trata solo de evitar saturaciones en estaciones y trenes, sino de ganar tranquilidad a bordo y disponer de un entorno más propicio para trabajar o preparar reuniones mientras se llega a destino. Una forma de viajar más eficiente que encaja con las necesidades reales de empresas y profesionales al tiempo que permite acceder a tarifas más competitivas sin renunciar al confort.

Soluciones flexibles para Agendas cambiantes

Y es que la evolución en los hábitos de viaje ha ido acompañada de una revisión de la oferta tarifaria por parte del operador, con el objetivo de simplificar la experiencia y aportar soluciones concretas

al entorno profesional. En este sentido, la tarifa Inicial Superior - dentro de la Zona Inicial - se posiciona como una opción especialmente pensada para el viajero corporativo, al combinar ahorro con una flexibilidad clave en el día a día: la posibilidad de realizar cambios de billete sin coste el mismo día del viaje cuando se gestiona a través del programa iryo Empresas. Una

ventaja decisiva en un contexto en el que las agendas están sujetas a ajustes constantes.

Para quienes buscan un nivel de confort, dentro de

la Zona Infinita, la tarifa que lleva el mismo nombre eleva la experiencia con asientos XL y prestaciones adicionales que permiten llegar al destino en las mejores condiciones. Y la Infinita Bistró le suma a la experiencia la posibilidad de recibir el servicio gastronómico en el asiento.

La nueva propuesta del programa 'iryo Empresas', además, incorpora soluciones adaptadas para grandes corporaciones y pymes en las tres tarifas mencionadas, como son la cancelación gratuita, la selección de asiento gratuita o la asis-

tencia dedicada, con una línea exclusiva de atención para ellas los 7 días de la semana.

Todo ello en trenes concebidos como espacios funcionales, con conectividad 5G y asientos amplios que transforman el trayecto en un tiempo útil y productivo. En todos los casos, los usuarios de iryo también pueden beneficiarse de las ventajas del programa de fidelización de la compañía y de acceso al servicio de Cercanías de forma gratuita.

El tren se convierte así en una extensión natural de la oficina, favoreciendo una forma de viajar más cómoda, flexible y adaptada al ritmo real del negocio. Porque hoy, moverse mejor para trabajar mejor ya no es una aspiración, sino una necesidad para el viajero corporativo.

La compañía propone una forma de viajar más eficiente que encaja con las necesidades de empresas y profesionales



Growers Boutique Huelva: un hotel para el bienestar

VIAJAR es, para muchas personas, una forma de recuperar el equilibrio. El cansancio mental, la hiperconexión y el ritmo acelerado han transformado la manera de entender el descanso. En este contexto nace Growers Boutique Huelva, un hotel concebido para ayudar a reducir el estrés y ofrecer una experiencia de bienestar real.

Situado en pleno centro de Huelva, Growers Boutique Huelva es el primer hotel temático de crecimiento personal en Europa. Un espacio donde el diseño, la calma y el propósito se unen para acompañar al viajero a bajar el ritmo, cuidarse y volver a sentirse bien.

UN CONCEPTO HOTELERO CON SENTIDO

Lejos de responder a una moda, Growers Boutique Huelva nace de una necesidad creciente: encontrar espacios que cuiden a las personas. El hotel forma parte del universo Growers, un proyecto centrado en la gestión del estrés y el autocuidado a través del crecimiento personal, la conexión con la naturaleza y hábitos de vida más conscientes.

Esta filosofía se refleja en un alojamiento donde cada decisión —desde la distribución de los espacios hasta la atmósfera general— está pensada para reducir estímulos innecesarios y generar una sensación constante de calma y bienestar.

HABITACIONES Y ESPACIOS PENSADOS PARA DESCANSAR

El hotel combina el espíritu cercano de un hostel boutique con un alto nivel de confort y diseño. Ofrece habitaciones compartidas cuidadas y tranquilas, suites dobles, habitaciones familiares y estancias pensadas para nómadas digitales y profesionales.

Las zonas comunes de Growers Boutique Huelva están concebidas como espacios donde quedarse: lobbies luminosos, varios espacios de coworking y rincones pensados para el relax. La cafetería del hotel completa la experiencia con desayunos, brunch y bebidas en un ambiente relajado y alineado con su filosofía de bienestar.

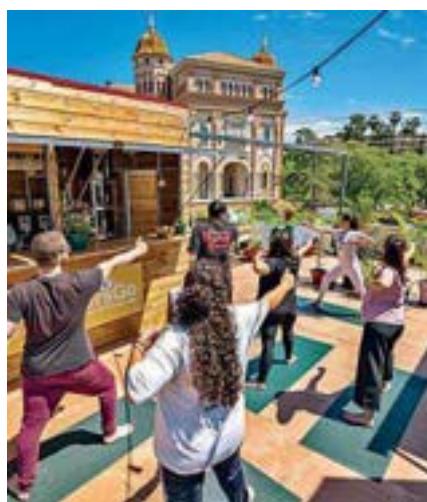
ROOFTOP: EL PRIMERO DE HUELVA, CON VISTAS PANORÁMICAS

Uno de los grandes diferenciales del hotel es que cuenta con el primer rooftop de Huelva, con vistas panorámicas de la ciu-

Un nuevo concepto que combina diseño, calma y crecimiento personal en el corazón de Huelva



Clientes en una de las terrazas del Growers Boutique Huelva



dad. Concebido como un refugio urbano al aire libre, es un espacio pensado para disfrutar de cócteles, encuentros tranquilos y momentos de desconexión.

GASTRONOMÍA, BIENESTAR Y EXPERIENCIAS

La propuesta gastronómica apuesta

por una cocina local, saludable y consciente, con productos de proximidad, opciones ecológicas y especial atención a las necesidades alimentarias y los alérgenos.

Además, Growers Boutique Huelva ofrece actividades orientadas al bienestar, como sesiones de masajes, talleres de crecimiento personal y propuestas centradas en el autocuidado. El hotel es pet friendly y está pensado para viajeros solitarios, familias, grupos, nómadas digitales y profesionales, además de contar con espacios para eventos, conferencias y reuniones.

UN ENTORNO QUE AMPLÍA LA EXPERIENCIA

Desde el hotel es fácil disfrutar de los principales reclamos turísticos de la provincia. La Costa de la Luz ofrece playas como Punta Umbría, El Portil, Mazagón o Matalascañas; Doñana despliega paisajes de marismas, dunas y pinares; y la Sierra de Aracena y Picos de Aroche propone senderos, pueblos blancos y una reconocida gastronomía de montaña.

Este equilibrio entre costa y entorno rural convierte a Growers Boutique Huelva en un punto de partida ideal para descubrir la provincia desde la calma y el bienestar.

UNA NUEVA REFERENCIA EN TURISMO CONSCIENTE

Growers Boutique Huelva representa una nueva generación de alojamientos: hoteles con propósito, sensibilidad y coherencia. Un lugar donde descansar no es solo parar, sino empezar a sentirse mejor.

La Universidad de Almería, motor para un turismo sostenible y de excelencia



Entrega de Premios de la Cátedra
Turismo Sostenible de la UAL

El turismo representa desde hace años una de las principales fuentes de actividad económica y de empleo de la provincia de Almería. En un escenario global, donde la competitividad turística ya no solo se mide por el número de visitantes, sino por la capacidad de generar valor añadido y preservar el patrimonio en todas sus facetas, la Universidad de Almería (UAL) desempeña un papel relevante en la mejora de las expectativas del sector turístico almeriense. Lejos de pretender ser un mero espectador académico, la institución educativa aspira a ser uno de los motores que contribuyan a impulsar y promover el turismo de la provincia, transformando la teoría y la observación en soluciones prácticas para el tejido productivo.

La base del papel activo de la Universidad de Almería en relación con la actividad turística se encuentra en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, donde el Grado en Turismo y diversos programas de postgrado han integrado la sostenibilidad no como una asignatura aislada, sino como un eje transversal. Para ello, el enfoque de la UAL es claro: formar a profesionales capaces de gestionar destinos inteligentes y empresas que prioricen la excelencia.

La formación se complementa con programas internacionales como el Study Abroad, que a través de algunas de sus propuestas posiciona el modelo turístico mediterráneo de Almería como un caso de estudio de éxito para estu-

La UAL contribuye a la transición hacia un modelo basado en la calidad, el respeto al entorno

diantes de todo el mundo.

La generación de conocimiento tiene sus centros neurálgicos en organismos como el Centro de Investigación en Turismo, Sostenibilidad y Desarrollo

Económico (CITUR). Aquí, la investigación de excelencia se traduce en datos precisos sobre comportamiento del consumidor, capacidad de carga de los espacios naturales y eficiencia energética en infraestructuras hoteleras.

Un pilar fundamental es la Cátedra de Turismo Sostenible de la UAL. Esta plataforma actúa como un foro de intercambio



permanente entre académicos, gestores públicos y empresarios. Entre sus iniciativas destaca el "Foro de Prácticas e Iniciativas Turísticas Sostenibles", un espacio donde se visibilizan y premian las mejores

estrategias de gestión responsable, fomentando un efecto multiplicador en toda la provincia.

La verdadera medida del éxito de la UAL reside en su capacidad para transferir sus hallazgos a la sociedad. El programa UALtransfierE es la herramienta clave en este proceso. A través de este plan, la universidad incentiva proyectos de I+D+i orientados a resolver retos específicos de las empresas locales, facilitando que la innovación tecnológica —desde el Big Data aplicado al turismo hasta la economía circular— se implemente de forma efectiva.

Un ejemplo reciente de esta ambición es la creación de la Cátedra 'Almería Municipio Azul', firmada en colaboración con el Ayuntamiento de Almería. Esta alianza pone el foco en la economía azul y el desarrollo litoral sostenible, buscando que el crecimiento turístico no comprometa la salud de los ecosistemas marinos, sino que se nutra de su conservación.

La motivación del espíritu emprendedor entre los jóvenes, y su contribución a aportar nuevas ideas para el desarrollo turístico, es otra de las vías de promoción sectorial. La convocatoria de los "Premios Turismo Sostenible 2025", que dota con recursos económicos y mentorización académica a proyectos innovadores desarrollados por estudiantes y docentes. Estas iniciativas buscan consolidar a la ciudad como un referente en la Red Innipulso, aprovechando la distinción de Almería como "Ciudad de la Ciencia y la Innovación".

La Universidad de Almería no solo genera profesionales; genera futuro. Al alinear su actividad docente e investigadora con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las necesidades de la industria, la UAL garantiza que el turismo en Almería sea sinónimo de calidad. La transferencia de conocimiento no es solo un trámite administrativo, sino un compromiso social para que la riqueza generada por el sector sea equitativa, duradera y respetuosa con la identidad del territorio.

En definitiva, la alianza entre la universidad, las administraciones y el sector privado es la garantía de que Almería no solo seguirá siendo un destino deseado, sino un ejemplo de cómo el conocimiento científico es la mejor brújula para navegar hacia la excelencia turística del siglo XXI.

Una fábrica de sueños del cine

J. González

LOS grandes que escriben la historia del cine no tienen prejuicios con nuestra ciudad. Una provincia que creció aislada, ha hecho más por la industria del cine en el Sur que un sinfín de campañas publicitarias programadas "ad hoc" por las distintas administraciones.

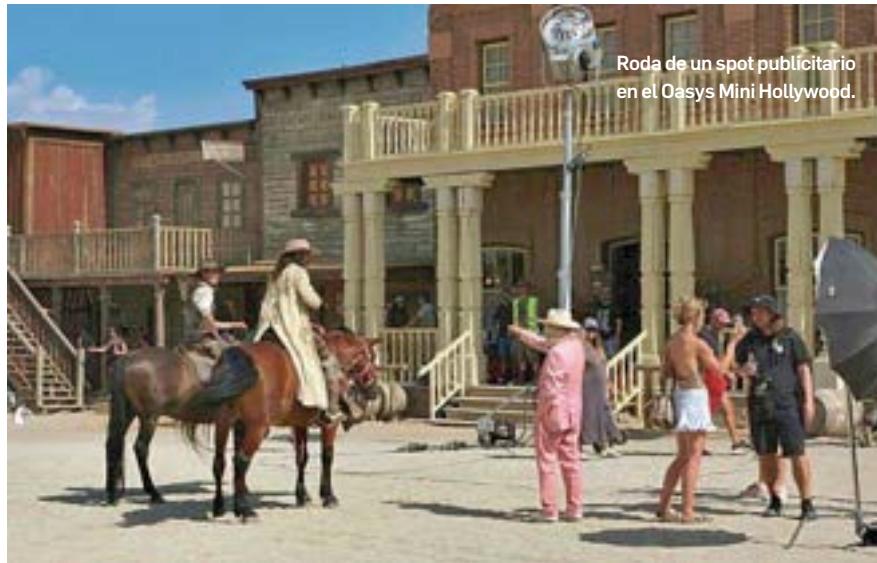
Ya se han cumplido más de siete décadas desde la época dorada del cine en Almería, un tiempo en el que los rutilantes estrellas pisaron los singulares paisajes marítimos y volcánicos del Parque Natural del Cabo de Gata o el desierto de Tabernas para encabezar los repartos de un puñado de joyas inmarcables de la historia del séptimo arte.

Haciendo justicia por aquello de "dar al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios", hay que recordar con gran respeto al verdadero artífice de la prehistoria de este arte. Fue fotógrafo y pintor de excelente gusto, oriundo de Gérgal y de nombre Victoriano Lucas Martínez (1870-1932). Corría el año 1902 cuando la sociedad compuesta por nuestro protagonista, Antonio Mateos y Primitivo Vidal formaron la empresa "La Luz", trajeron la primera maquinaria de proyección para exhibición en la capital y por algunos pueblos. Cuando se disolvió la sociedad, por el año 1907, está datado que Victoriano Lucas Martínez, se inició en el rodaje de las primeras imágenes en movimiento con personas, plazas, y calles de aquella polvorienta Almería. Filmó con la precisión del momento las faenas de la uva de barco, el bullicio del Real de la Feria y como no, las corridas de toros. Hoy solo queda el recuerdo y retratos en papel ya amarillento guardados en ajadas y polvorrientas cajas de cartón.

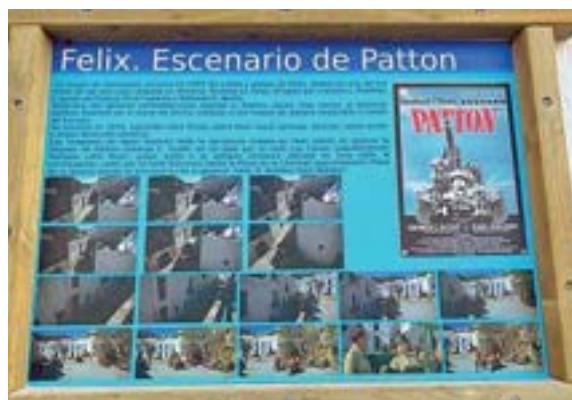
PLATÓ NATURAL PARA RODAJES

Ramblas arriba desde la capital hacia Granada el camino se estrecha entre montañas para abrir un mundo, no abundante, pero sí nuevo para el gran público, que lo tiene conocido por ser localizaciones de grandes filmes: es el desierto de Tabernas. Émulo español de El Dorado Hollywood. Se trata de un reducto difícil, de hábitat duro, pero ecológicamente rico en su género.

Este "renombré" le viene dado desde 1954 cuando algunos productores de filmes de vaqueros observaron la similitud de la zona con el Oeste estadounidense. A partir de ahí, el boom cinéfilo inspiró la construcción de más de veinte "poblados", en estas tierras resguardadas por Sierra Alhamilla, que impide la llegada de vientos frescos, y por tan-



Roda de un spot publicitario en el Oasys Mini Hollywood.



to, algo de lluvia. La horca saluda al visitante al entrar en cada poblado. Una amplia calle central que acoge la oficina de sheriff, el saloon, la iglesia y el hotel recibe a los recién llegados. Para retroceder a la conquista del Oeste es necesario cambiarse de ropa y colocarse el atuendo de granjero, pistolero, sheriff o vedette, junto a una yeguada amarrada al lado del abrevadero. El diseño aún resulta familiar bajo el sol de media tarde, que alarga las sombras de las colinas sembradas de indios a quienes el progreso ha transformado sus tiendas cónicas (las tiendas tradicionales de las tribus nativas americanas, como se ven en las películas, se llaman tipis o teepees). Estos hogares cónicos se construían con pieles de animales y madera, y estaban diseñados para ser fácilmente montados, desmontados y transportados, lo cual era esencial para su estilo de vida nómada), por cabañas de yeso blanquísimas, cañas y retamas.

Suelos de tierra calcinada por los rayos de sol. Por esos han caminado algunas de las grandes estrellas del cine y ése es un recuerdo que dibuja una sonrisa en todos los habitantes de la comarca; un territorio que, pese a no figurar en las guías turísticas, ha sido

visto por millones de personas. Al menos, en la pantalla.

En la ruta, pasando de "poblado en poblado", hay numerosos puntos reconocibles por haber sido filmados en decenas de películas, aunque el mejor mirador para deleitarse identificando el paisaje son las almenas del castillo de Tabernas, auténtico balcón que desde el siglo XI domina el desierto donde se visualizan localizaciones históricas.

El Cortijo del Fraile, localización cinematográfica en películas como "El bueno, el feo y el malo" o "La muerte tenía un precio"; Las Negras y la Isleta del Moro, son otros de los rincones del parque que han servido de escenario para grandes producciones. Lugares de otro mundo marcados por el silencio que transportan al visitante a escenarios de película.

ALMERÍA FILM OFFICE

La fuente principal para obtener información detallada y actualizada sobre los últimos rodajes es Filming Almería, una oficina de promoción y apoyo al cine y a los cineastas. Funciona como una Ventanilla Única, donde los cineastas y productores pueden acudir para solicitar información sobre cómo pagar tasas, solicitar permisos para emprender un rodaje, buscar localizaciones en Almería e, incluso, para pedir ayuda para solicitar subvención y patrocinio. Su página web es www.almeriafilmoffice.es.

Una ciudad de cine como es Almería no podía estar ajena a todas las actividades que conlleva el séptimo arte, por eso y mucho más, cada año se celebra el Almería Western Film Festival que ya va por su décimo quinta edición, que se celebra en el municipio de Tabernas, siendo en año pasado la homenajeada la actriz Charo López al tiempo que descubrió su silla en el Paseo del Cine de dicha localidad vinculada al séptimo arte.

El Parque Minero de Riotinto, pieza clave en la diversificación turística de Andalucía

El Parque Minero de Río Tinto es el resultado de casi cuatro décadas de trabajo de Fundación Río Tinto en la preservación, difusión y puesta en valor del patrimonio minero e industrial de un territorio, la comarca de la Cuenca Minera de Huelva, marcado por la huella de cinco mil años de minería. Gracias a este trabajo, se ha conformado una oferta turística que hoy es ejemplo de aprovechamiento del patrimonio industrial como motor de desarrollo local.

Cuando se crea en 1987, Fundación Río Tinto (FRT) recibe como legado un amplio territorio plagado de instalaciones mineras e industriales, la mayoría de ellas en desuso y en condiciones ruinosas. Partiendo de la identificación de lo que podía ser recuperable y utilizable FRT diseñó un proyecto de puesta en valor progresiva de edificios, infraestructuras, instalaciones e incluso paisajes capaces de concitar la atención de visitantes, creando una actividad alternativa al monocultivo minero.

Con el paso de los años todo empezó a funcionar y la respuesta fue muy positiva. Hoy, 39 años después, el Parque Minero de Riotinto cuenta con una atractiva oferta que consta del más completo museo español de historia de un territorio minero, la visita a las instalaciones mineras de Peña de Hierro que muestra a los visitantes tanto la minería de interior mediante galerías como a cielo abierto; la visita a la legendaria Corta Atalaya, emblema de la historia minera de la Cuenca; una casa en el barrio inglés de Bella Vista que nos traslada al modo de vida de la colonia británica que durante 80 años dirigió los destinos de Riotinto, y el Ferrocarril Minero, que a lo largo de un trazado recuperado de 12 kilómetros bordea el singular ecosistema del Río Tinto atravesando paisajes increíbles forjados por la mano del hombre.

Desde 2022 se sumó a este abanico de opciones de visita una enmarcada en el segmento de turismo científico denominada "Marte en la Tierra", un circuito en el que los visitantes se familiarizan con las analogías entre el planeta rojo y el territorio de Riotinto, y recorren lugares en los que instituciones como la NASA, la Agencia Espacial europea o el Centro de Astrobiología español realizan desde hace años pruebas e investigaciones relacionadas con la explo-

El Parque tiene el museo español de historia más completo de un territorio minero



Hoy este espacio es ejemplo de aprovechamiento del patrimonio industrial.

ración espacial y el estudio de las posibilidades de vida en otros planetas.

RIOTINTO EXPERIENCE

El Parque Minero se ha desenvuelto durante décadas en ausencia de actividad minera. Sin embargo, ahora, por fortuna, convive de nuevo con una mina en operación que coge el testigo de la que fue la mina más famosa del orbe a finales del siglo XIX y principios del XX y que añade un reclamo más a la visita, ya que en pocos lugares del mundo se puede conocer, al mismo tiempo el pasado, el presente y probablemente el futuro de una de las actividades industriales más relevantes: la minería.

Para acercar esta realidad a la sociedad el año pasado se incorporó a la oferta del Parque una nueva visita, llamada Riotinto Experience, en colaboración con la compañía minera Atalaya Mining, que permite una inmersión de dos horas de duración en una mina del siglo XXI en plena actividad. Se trata de una actividad exclusiva con número de plazas limitadas que se realiza en un vehículo especial y que consta de tres paradas en puntos estratégicos de las instalaciones mineras.

Con esta última incorporación, el Parque ofrece seis puntos de visita diferentes que pueden combinarse a la medida de cada usuario o grupo en función de sus preferencias y disponibilidad de tiempo.

RECONOCIMIENTOS

El Parque Minero ha logrado consolidarse como el principal destino de turismo industrial de España, sin despegarse de su objetivo fundamental, la recuperación y puesta en valor del patrimonio histórico, arqueológico e industrial. Eso lo ha dotado de un marchamo de calidad y prestigio que le valió el Premio Europa Nostra en 2003 y más recientemente, en 2016, su inclusión en la Ruta Europea de Patrimonio Industrial con la categoría de Anchor Point, que solo ostentan las localizaciones más emblemáticas del continente, siendo Riotinto el único en Andalucía.

El Parque ha experimentado un incremento constante de visitantes desde su puesta en marcha. En 2024 alcanzó la cifra récord de 103.000 personas, por lo que en septiembre de 2025 fue distinguido por la Agencia Destino Huelva, de la Diputación Provincial de Huelva, con el premio a la Excelencia Turística a Asociaciones y Fundaciones.

Con anterioridad, el Parque ha recibido en dos ocasiones el Premio Andalucía de Turismo que otorga la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. La primera en 1995 por su puesta en marcha, y la segunda en 2021 por haberse posicionado como una referencia clave en la diversificación de la oferta turística de Andalucía.



Imagen panorámica del Estadio de La Cartuja

La Cartuja, sede para miles de aficionados

Pablo Laynez

La Junta Directiva de la Real Federación Española de Fútbol aprobó el pasado mes de noviembre la elección de la ciudad de Sevilla y el estadio La Cartuja como sede de la Final de la Copa del Rey Mapfre para las tres próximas ediciones, que se celebrarán en 2026, 2027 y 2028.

El anuncio de la sede se ha producido en la propia capital andaluza y ha sido el presidente de la RFEF,

Rafael Louzán, quien ha hecho pública la elección en una comparecencia pública al término de la junta directiva y acompañado por el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, y el alcalde de Sevilla, José Luis Sanz.

Un espectacular skyline de la ciudad de Sevilla ha acompañado el anuncio y las palabras del presidente de la RFEF, quien ha comenzado la comparecencia explicando que "estamos en esta maravillosa ciudad y la Junta Directiva de la RFEF acaba de adjudicar la sede de la final de la Copa del Rey a la ciudad de Sevilla y al estadio La Cartuja. Quiero agradecer a las instituciones el es-



fuerzo que han hecho para que se produzca este acuerdo, que es histórico. Esta ciudad

lo reúne todo. Estamos muy satisfechos, a la par que convencidos de que será una alegría para toda la ciudad vivir de nuevo un evento extraordinario. La Copa del Rey está teniendo una notoriedad mucho mayor de la que tenía tiempo atrás. Por ejemplo, las empresas hablan de la satisfacción que les genera patrocinar esta

competición. Además, en un tiempo en el que somos líderes en el ranking FIFA a nivel de selecciones por primera vez en la historia tanto a nivel masculino como femenino. Esto nos llena de orgullo y además nos une. Para la RFEF, y para el fútbol español, este es el mejor acuerdo de la historia con la final de la Copa del Rey. Quiero felicitar a todo el equipo técnico de la RFEF y también a quienes han hecho la propuesta, por parte de la Junta de Andalucía y del Ayuntamiento de Sevilla. Que este nuevo acuerdo beneficien al conjunto de la ciudadanía andaluza y por supuesto a la ciudad de Sevilla. Vamos a una gran final dentro de unos meses".

Sevilla será de nuevo sede de la Final de la Copa de SM el Rey Mapfre para los próximos tres años, tras haber albergado el encuentro por el título de las últimas siete ediciones del Campeonato de España, las seis últimas disputadas en el estadio La Cartuja, lo que atraerá a miles de aficionados de toda España para disfrutar de uno de los torneos más interesantes del fútbol español.

PARTIDOS DE LA SELECCIÓN

Además del fútbol de clubes, la Selección Española también ha disputado recientemente partidos de clasificación para el Mundial. Fue ante Turquía, también en el mes de noviembre, lo que atrajo a aficionados de distintos puntos de España a Sevilla, ciudad que históricamente ha acogido espectaculares partidos del combinado nacional.

MADRID

HOTEL PUERTA AMÉRICA

Una experiencia de **Diseño**

12 plantas, 12 estilos, 5 estrellas



En

a de de

EL TRATO ANDALUZ

De una parte

Yo, Turista, que vengo a Andalucía, tu casa, cuidaré a tu gente, recorreré tu tierra, honraré tu libertad, disfrutaré de tu comer, respetaré tu descanso, conoceré tu cultura, ahorraré tu agua y protegeré tus calles.

De otra parte

Yo, que soy Andaluz/a, te abro las puertas de mi Andalucía. Te recibiré como si fuieras de toda la vida sin conocerte de nada. Te acogeré con arte, amabilidad y cercanía.

Ambas partes, reconociéndose mutuamente con la capacidad de firma y sabedores de que un trato es sagrado, aceptan conscientemente firmar con el alma lo que Andalucía ofrece de corazón:

El Trato Andaluz / The Andalusian Deal

Fdo. Turista

Fdo. Andaluz



Andalucía



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Junta
de Andalucía