



Blue horizon

ESTAMOS L E J O S PERO MÁS UNIDOS QUE NUNCA

NOTICIAS POSITIVAS

Nºg [Edición semanal]

El boletín semanal que tiene como objetivo informar en clave positiva.

El despegue de la desescalada

Hola, amigos y compañeros:

Parecen términos contrapuestos, pero no lo son. Arranca el comienzo del fin de la pandemia global y el sector turístico, con prudencia y expectación, calienta motores. Estamos ante un nuevo escenario lleno de incertidumbres y certezas. Centrémonos en lo segundo, porque vamos a volver a viajar. Seguro. La industria está trabajando duro para que así sea. Destinos, hoteles, agencias, viajeros... todo el mundo está preparado para esta 'nueva normalidad'. Las ganas de descubrir mundo y experimentar cosas nuevas siguen intactas. Los modelos cambiarán, otra vez. El nuevo contexto así lo requiere. Pero el espíritu aventurero y explorador seguirá siendo el mismo. Va intrínseco al ser humano.

El Turismo se ha transformado ininidad de veces y, en esta ocasión, también se está reinventando con garantías. A falta de perfilar detalles, los mimbres están ahí. Ahora falta acoplar el resto de las piezas del puzle, pero tenemos la convicción de que nuestra industria es sólida, resiliente y ágil. Estamos en plena desescalada, en pleno despegue. Sabemos de dónde venimos y, aunque el destino es incierto, lo que sí está claro es que la experiencia, las ganas de hacerlo bien y la gran capacidad de reacción serán compañeros de viaje claves en esta nueva aventura que comienza.

Bienvenidos, una edición más, a Blue Horizon.



Ingreso en la OCDE

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) invita a Costa Rica a ser el país miembro número 38, ya que reúne los requisitos.

Los embajadores de los países miembros de la OCDE invitaron por unanimidad al país de la Pura Vida a convertirse en un nuevo miembro del organismo, lo que se formalizará una vez que haya ratificado los instrumentos de adhesión. Participar en más de 300 comités y grupos para decidir temas relacionados con la innovación o el cambio climático, entre otros, forma parte de las tareas de la organización.

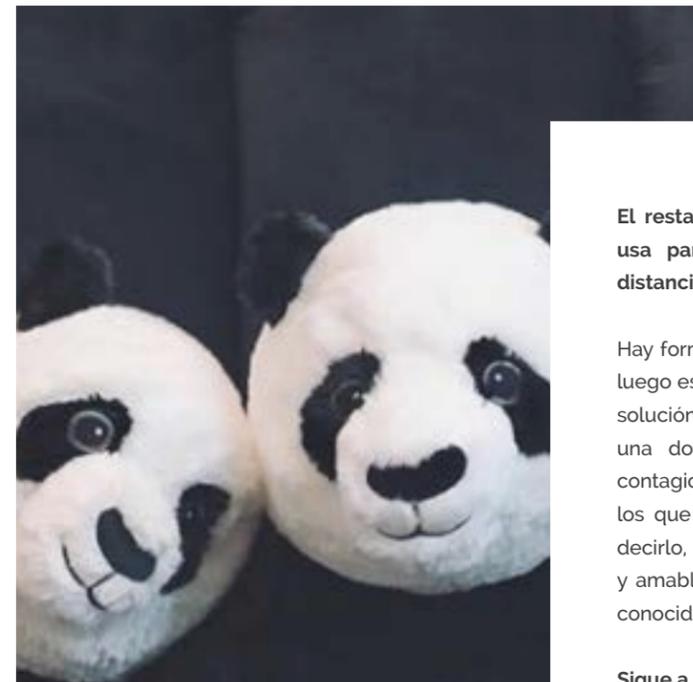
Para el mandatario tico, Carlos Alvarado, este hecho es un hito en la historia de Costa Rica, que se convierte en el primer país centroamericano en ingresar en la OCDE.

Seguir leyendo: www.larepublica.net



esencial
COSTA
RICA

¡VAYA PANDA!



El restaurante Maison Saigon, en Bangkok, usa pandas de peluche para marcar el distanciamiento.

Hay formas y formas de marcar distancias... y luego está el estilo thainess. Con esta original solución, el restaurante Maison Saigon cumple una doble función: luchar para evitar el contagio de coronavirus y dar compañía para los que acuden solos. También, por qué no decirlo, darse a conocer de forma simpática y amable. Por cosas como ésta, Tailandia es conocido como el País de la Sonrisa.

Sigue a Maison Saigon en [Instagram](#)



Pepper se suma a la lucha contra el Covid



Tokio Hotel

Pepper se suma a la lucha contra el Covid

Este famoso robot, incansable trabajador de un hotel de Tokio, incorpora a sus funciones de recepción las de cuidado de pacientes con coronavirus.

Pepper, un entrañable robot de color blanco y ojos redondos, ahora se encarga también de recibir a pacientes con síntomas leves de coronavirus en un hotel de Tokio. Equipado con mascarilla, este droide los acompaña durante su cuarentena, animándolos, aconsejándoles y advirtiéndoles de posibles peligros. Entre sus mensajes de optimismo, uno de los que más se repite es éste: "¡Todos le estamos apoyando, ánimo!".

Tokio

Ven, siéntate y observa todo lo que ofrece Tokio: Disfruta del entorno natural en Okutama

Tokio es una ciudad polifacética y cosmopolita que cuenta con infinitos atractivos turísticos. Tradición y tecnología son los dos contrastes de la metrópolis, pero no hay que olvidar los diferentes lugares que se encuentran lejos de la multitud, desconocidos y donde desconectar, relajarse y disfrutar de la naturaleza.

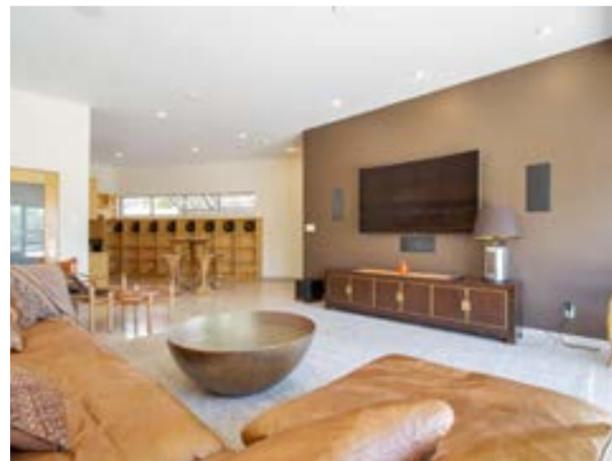
Uno de ellos es Okutama, uno de los destinos naturales más bellos de Tokio donde es posible disfrutar en familia y realizar actividades acuáticas, acampar o practicar senderismo en el monte Mitake. Además, se localiza al oeste de Tokio a aproximadamente una hora en tren desde el centro de la capital.

A continuación, os presentamos algunos de los lugares donde realizar actividades variadas:

En Okutama Canoe Center es posible aprender kayaking con las clases particulares para principiantes, pero también existen tours para aquellos que estén familiarizados con la actividad, acompañados por instructores con experiencia. Además, el viajero podrá practicar barranquismo, descensos por rápidos y rafting por el río Okutama donde la naturaleza será una de las principales protagonistas en Grandex Okutama Base.

Asimismo, se puede acampar y convivir con la naturaleza en tres lugares diferentes: Parque Akigawa-bashi Kasen Barbecue Land, Cottage Shinrinmura y America Camp Village. ¿A quién no le apetece jugar con los más pequeños de la casa en un ambiente natural idílico?

Otro de los placeres naturales es un paseo relajante por el monte Mitake. En el transcurso del camino se encontrarán rincones sorprendentes, como el santuario Musashi-Mitake jinja, que se localiza en la cumbre del monte Mitake a 929 metros de altura, o el Rock Garden, que se caracteriza por su belleza paisajística repleta de rocas y envuelta entre arroyos de agua cristalina.



Vrbo

UNA CASA CON MUCHA HISTORIA

Esta casa familiar, con una capacidad de hasta 10 personas y que también puede visitarse de manera virtual desde la web de Vrbo, hará que el viajero se sienta en una auténtica película de Hollywood: sus paredes han sido testigos de la historia entre el presidente John F. Kennedy y la actriz Marilyn Monroe. ¿Queréis conocerla un poco más?

Vrbo, plataforma online experta en alquiler vacacional para familias, invita a descubrir esta casa "de película", una villa de estilo moderno, renovada de manera exquisita, ubicada en una de las mejores zonas de Phoenix, concretamente en Paradise Valley, y diseñada por un discípulo del famoso arquitecto Frank Lloyd Wright.

El alojamiento cuenta con amplios espacios y una ubicación cerca de la montaña, ideal para respirar aire puro y realizar ejercicio. Rodeada de ventanales que dotan a la casa de luz natural por doquier y que hacen que el huésped se sienta en una vivienda al aire libre, tiene una capacidad para 10 personas y dispone también de piscina privada y balcón con vistas. Desde su plataforma de más de 90 m², el visitante tiene una impresionante vista de 240 grados de las luces de la ciudad de Paradise Valley con las montañas Mummy Mountain y Camelback Mountain como escenario de fondo. Sin duda, una de las mejores postales de viaje.

Próximo al aeropuerto Sky Harbor, la ubicación estratégica de este alojamiento lleno de historia y simbolismo, elevada en la montaña, lo convierte en un retiro tranquilo para sus huéspedes, lejos del bullicio urbano. Y sin duda, en el destino ideal para los encuentros de una de las parejas más famosas de la Historia.

UN DESTINO CINCO ESTRELLAS

Costa Rica es uno de los países del mundo que mejor está respondiendo a la emergencia sanitaria causada por el Covid-19, según los expertos de todo el mundo. La denominada "Suiza de América" registra una tasa de mortalidad que es la más baja de Centroamérica y la segunda de todo el continente, un 1,15%. Sólo han fallecido 10 de los 863 casos detectados por Covid-19, a la vez que cuenta ya con más pacientes recuperados que enfermos. Hay 288 casos activos, mientras que 565 ya se han recuperado.

Si a ello le sumamos un sólido sistema de salud de cobertura universal gratuita que alcanza al 95% de la población, según destaca la OMS, y a un sistema eficaz de detección temprana de la enfermedad, podemos asegurar que el país de la Pura Vida es además de un destino turístico único, uno de los más seguros a la hora de viajar durante la 'nueva normalidad' cuando abran las fronteras el próximo 15 de junio. Sin duda, estamos ante un destino cinco estrellas del que hemos seleccionado cinco joyas naturales que hacen gala de toda su biodiversidad.

01

RÍO CELESTE

El Río Celeste es una de las maravillas naturales de Costa Rica, que se forma a partir de la unión de dos ríos con contenidos minerales distintos procedentes de las faldas del Volcán Tenorio, lo que les da a las aguas de este río un color celeste muy particular.

El río está ubicado dentro del Parque Nacional Tenorio, que ofrece un sendero de 7 kilómetros que rodea el área y muestra los principales atractivos geológicos como teñideros, aguas termales, la catarata de azul celeste intenso, hervideros y fumarolas, entre otros.

03

CANALES DE TORTUGUERO PARQUE NACIONAL

Los canales de Tortuguero representan el segundo humedal más grande del país y es considerado por muchos visitantes como el Amazonas de Costa Rica por la riqueza natural y la gran biodiversidad que alberga. Está ubicado en la zona norte del Caribe costarricense y solo se puede acceder al área por medio de lancha o avión.

Es el lugar de anidación de tortugas marinas más importante del país, especialmente entre marzo y octubre. Tortuguero es, sin duda, un lugar mágico para avistamiento de aves, ya que se pueden encontrar más de 400 especies diferentes. Además, es un destino único para disfrutar de una experiencia única de inmersión en la naturaleza.

02

PARQUE NACIONAL VOLCÁN ARENAL Y LA FORTUNA

La Fortuna es un pueblo ubicado en las Llanuras del Norte, hogar del majestuoso Volcán Arenal, y uno de los lugares más hermosos de Costa Rica por su riqueza natural y geológica y por su amplia oferta turística. El Volcán Arenal es un volcán activo, aunque su actividad disminuyó considerablemente desde el año 2011.

Sin embargo, se siguen observando dos paisajes muy diferentes en su orografía: uno cubierto de una vegetación densa y verde y otro, dominado por las coladas de lava y arena de las últimas erupciones.

04

BAHÍA BALLENA Y PLAYA TAMBOR

Bahía Ballena es una de las bahías más hermosas del país. Está ubicada en el Golfo de Nicoya, la cual se extiende hasta Playa Pochote. Su vegetación es muy frondosa, de carácter litoral. Sin embargo, lo que caracteriza esta bahía es su forma de herradura.

El poblado de Tambor es pequeño pero cuenta con todos los servicios y una amplia oferta turística.

05

VOLCÁN IRAZÚ

El Volcán Irazú es uno de los 7 volcanes más activos del país y también el más alto con sus 3.432 metros sobre el nivel del mar. El complejo volcánico del Irazú incluye también el Volcán Turrialba, por lo que se suelen llamar "volcanes gemelos". Está protegido por la figura de Parque Nacional y cuenta con cuatro cráteres y dos lagunas, las cuales pueden ser visitadas utilizando el sistema de caminos disponibles para el visitante y los puntos de mirador. En la zona alrededor del volcán, hay otros atractivos muy interesantes como, por ejemplo, los campos de flores ornamentales, los cultivos de fresas o el Museo de Volcanes, entre otros.

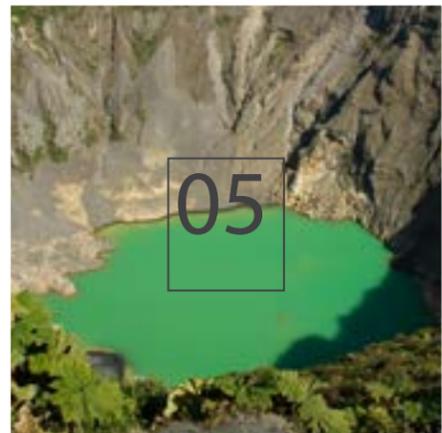
01



02



05



03

04





EMULANDO LA OCHENTERA 'ONE NIGHT IN BANGKOK' DE MURRAY HEAD



Cuando los bares vuelvan al lugar que les corresponde y los humanos podamos compartir mesa y mantel, Bangkok, cual ave Fénix, volverá a ser "la ciudad que nunca duerme" y para no olvidarnos de que ese momento llegará, valga este artículo como homenaje a la noche, la diversión y la felicidad que proporciona el encuentro con amigos, las risas de calle y las charlas en esos lugares que reconfortan el espíritu. Va por ellos, los bares y los amigos... la noche de Bangkok aguarda impaciente a que la recorramos de nuevo.

Una noche en Bangkok, siguiendo los pasos de Murray Head, bien podría empezar en el cielo. Para ello, los rooftops son la mejor opción para coger perspectiva y tomar una cerveza mientras se disfruta de una puesta de sol y la noche arranca con una cena por las alturas. Desde el clásico y siempre elegante Vértigo de Banyan Tree, o el nuevo Mahanakorn con 78 plantas y 360 grados de vistas asombrosas, hasta los más alternativos y económicos como son Sky Train Jazz Bar en Phaya Thai o el Bangkok Bar Infinity en el bullicioso y loco Thong Lor, la lista es interminable y se necesitarían muchas noches para probarlos.

A sus pies, una trepidante y nocturna Bangkok emerge junto al río Chao Phraya a la espera de ser descubierta. Conscientes de que el tráfico no cesa y las distancias, en ocasiones, son considerables, la mejor opción es moverse en tuk-tuk, pintorescos taxi-triciclos que cuentan con un modesto motor poco más potente que el de una vespa y que, sin duda, son el medio de transporte óptimo para trayectos intermedios. Gracias a estos raudos motocarros, populares en todo Tailandia, llegar tarde a una fiesta no es excusa.

Después de visitar las alturas, la noche continúa a pie de calle y la oferta es considerable dada la constante actividad callejera, donde destacan los mercados nocturnos como Talad Neon Market, situado cerca de las tiendas del área central de Pratunam, y de las zonas de Siam y Sukhumvit. Inaugurado en diciembre de 2016, se erige como uno de los más modernos de este tipo en la ciudad por su composición y concepto.

Cuando los puestos tradicionales cierran sus bares abren, la música se cuele con fuerza por todo el recinto con bandas locales tocando y subiéndose decibelios como locos.

Otra opción a pie de calle es desplazarse a Chinatown. Desde hace muy poco tiempo se han comenzado a abrir locales muy chic en las casas tradicionales del barrio, auténticas joyas arquitectónicas restauradas y reconvertidas en bares donde acude la gente más guapa. Cada vez hay más, pero dos son un "must":

Tep Bar: Situado en las calles de la zona de Charoenkrung, esta antigua casa comercial restaurada es de gran belleza y sofisticación. Sus potentes cócteles mezclados con frutas, hierbas y especias tailandesas están deliciosos, especialmente el gin tonic de té de crisantemo. Bien entrada la noche músicos tailandeses suben al escenario para tocar música tradicional de la región central, todo un espectáculo.

Teens of Thailand (TOT): Un bar orientado al arte y centrado en la ginebra no puede defraudar. Se esconde detrás de una bellísima puerta de estilo indio. Se conserva gran parte de su arquitectura original, con muebles antiguos tailandeses esparcidos por todo el lugar, lo que fomenta más la interacción que quedarse en el asiento. Mundial es su gin tonic de guava.

Y si todavía el cuerpo aguanta, es hora de ir a la zona de Thong Lor donde reputados dj's de todo el mundo imponen ritmos electrónicos en muchas de las discotecas como Demo, Levels Club & Lounge o Shing Shing Theater, entre otras muchas, imprimiendo a cada noche un renovado carácter festivo donde reina la amabilidad de la que hace gala esta insomne y segura Bangkok.



ENRIQUE ÁLEX

//

En Instagram sus fieles se cuentan por miles, 150K para ser exactos, casi tantos como su catálogo de poses. ”

Siempre dispuesto, Enrique Álex es un comunicador nato. Cercano, amable, empático, este joven viajero de casi dos metros de altura es uno de los referentes para las nuevas generaciones que acuden a internet para aprender de destinos o, simplemente, para dejarse llevar por las vivencias de este aventurero que siempre viaja con su inseparable Miguel Oliva. Youtuber, instagramer, tuitero... pónganle la etiqueta que quieran. Mejor dicho, el hashtag.

Álex derrocha carisma. Su canal de Youtube cuenta con 413.000 suscriptores. En él sube sus experiencias viajeras con un enfoque fresco y diferente, pero con todo el rigor de un profesional de la comunicación. Vídeos 4K editados con gran calidad y cercanía, es un gran conocedor del medio audiovisual. En Instagram sus fieles se cuentan por miles, 150K para ser exactos, casi tantos como su catálogo de poses. Todo un alarde de expresividad con el que hemos querido compartir sus experiencias en Bangkok, una ciudad que conoce bastante bien y que ha publicado en más de una ocasión en su canal de Youtube.

¿Qué es lo primero que hay que hacer la primera noche en Bangkok?

Acostumbrarse al calor.

¿Algún remedio para conseguirlo?

Ponerse a pasear, pasear y pasear. Es una ciudad que solo se conoce cuando la paseas. Es una urbe difícil de entender, pero se entiende paseándola.

Dentro de esos paseos... ¿Nos recomiendas algún barrio concretamente? ¿Nos puedes hablar de alguna de las experiencias que hayas tenido?

La verdad es que yo he disfrutado mucho de la ciudad cuando me he

perdido por mercados locales por la noche: China Town la he disfrutado mucho, Sukhumvit lo he disfrutado mucho también... por la noche he disfrutado un montón de la ciudad.

¿Hay algún local en concreto que nos puedas recomendar?

Yo, por lo general, no soy una persona que le guste salir de fiesta mucho, pero allí salí mucho más de lo habitual. Primero fuimos a este lugar que te decía que es como una especie de centro comercial con muchos locales, donde hemos conocido a gente en varias ocasiones. De repente, subimos con alguien que no conocemos de nada a un tuk-tuk y acabar en bares que creo que son medio clandestinos y solo se puede entrar si conoces a alguien que conoce a otra persona y hemos tenido pocas noches de este estilo en las que nos hayamos dejado llevar tanto como en Bangkok... y ya te digo que es algo que, una persona como yo que no soy demasiado de salir, no se espera de entrada. Es una ciudad en la que la noche te sorprende todo el rato.

¿Te sorprende hasta tal punto que llegas a ver los amaneceres en el río Chao Praya?

Correcto, correcto. Además, una vez nos pilló viendo el Wat Arun (Templo del Amanecer) y eso sí que es una experiencia maravillosa.

¿Qué nos puedes decir de la vida que hay en los rooftop, en los rascacielos y hoteles más emblemáticos de la ciudad?

Bangkok tiene muchos contrastes y este es uno de ellos. Puedes vivir una vida totalmente distinta a pie de calle que en las alturas. Tiene muchos rascacielos y los rascacielos son la vida como más de lujo, nosotros conocemos algunos. En los días que hay tormenta, el poder verla desde ahí arriba, sobre todo las noches que está el cielo despejado,

“La noche de Bangkok te sorprende todo el rato”

Te ayuda a comprender la dimensión de la ciudad. Es una de las grandes megalópolis, lo que hace que sea tan difícil de entender y que te ofrezca experiencias tan distintas cada vez que vas. Depende muchísimo de la zona en la que te muevas.

Hablando de zonas por las que moverse, la comida callejera es uno de los grandes atractivos de Bangkok.

Sí, de Bangkok y de toda Tailandia. Los mejores Pat Thai que me he comido han sido en la calle, en calles secundarias, por 50 céntimos de euro y en China Town también he tenido la experiencia de probar guisos que sin tener ni idea de lo que es, probarlo. En general, creo que las personas occidentales nos dejamos llevar en Asia un poco más pero en Tailandia los sabores tienen todavía ese componente más o menos familiar que hace que uno se atreva mucho más.

Dejarse llevar en Tailandia... ¿Qué nos puedes decir de su gente?

El carácter tailandés es muy fácil. Si lo ponemos en contraste con chinos o japoneses, obviamente todos son muy distintos, pero es mucho más fácil para una persona de España conectar con alguien de Tailandia que con gente de otros países de Asia y eso es lo que hace fácil dejarse llevar. Tanto esa experiencia que te comentaba de subirse a un tuk-tuk con desconocidos como pedir en un restaurante y no saber qué va a salir de aquí o entrar a un bar... todas las experiencias allí han sido bonitas. Entiendo que una persona que viaja por primera vez a un lugar como Tailandia le puede dar un poco de respeto, pero el carácter tailandés lo hace todo más fácil.

¿Cuánto tiempo le recomendarías a una persona que vaya a hacer una visita panorámica a Bangkok?

Yo siento que la gente le suele dedicar tres días, pero igual emplearía más. La zona de los canales es muy distinta a la de los templos, a la zona de fiesta, las zonas que están debajo de la autopista... es una ciudad difícil de comprender y para irse con una imagen más o menos clara, creo que hace falta al menos una semana, pero vamos, te lo dice alguien que la primera vez que fue salió de allí con una imagen un poco distorsionada y la segunda vez lo disfrutó mucho.

Tromsø- Cabo Norte a bordo de Hurtigruten

El crucero por el septentrión noruego arranca de nuevo y desde Blue Horizon queremos compartir, en clave viajera, uno de los emblemáticos tramos de esta maravillosa travesía a bordo de Hurtigruten.

Rumbo a Cabo Norte

Partir de Tromsø en un crucero Hurtigruten se convierte en una experiencia que irremediamente nos hace plantearnos qué sentiría Roald Amundsen en su primera expedición organizada desde este muelle. Los barcos de Hurtigruten están perfectamente habilitados para el turismo de calidad, actividad que compagina con sus funciones de correo y ferry para los habitantes de las regiones más al norte del país. Cubren el trayecto Bergen - Kirkenes, con escala en las ciudades más importantes del litoral, siendo Tromsø la principal urbe del último tramo. Los más de 60.000 habitantes la convierten en la mayor ciudad de la Noruega septentrional. El núcleo urbano, ubicado en una isla conectada con el continente por varios puentes, cuenta con gran actividad. Sus calles nevadas son un incesante ir y venir de gente. La avenida Storgaten es el motor económico y cultural; en ella se solapan coloridas fachadas de madera originarias del esplendor portuario de la ciudad (siglos XIX y XX).

Refugiado entre islotes nevados y escarpados fiordos, Hurtigruten aguarda paciente la hora indicada para abrirse paso por un mar que surca puntual hasta amarrar a la mañana siguiente en Honningsvåg, ciudad que sirve de nexo con Nordkapp (Cabo Norte), el punto más septentrional de Europa.

El último tramo para llegar a Nordkapp ha de hacerse por carretera. Es un viaje interior que transita entre lagos, llanuras y colinas salpicadas por casas de verano. Un puñado de tiendas de campaña habitadas por samis tiñe de color el monocromático paisaje, dejando patente que los primeros colonizadores de estos lugares se aferran a sus costumbres por mucho que los tiempos cambien. La llegada a este capricho de la geografía hoy en día poco tiene que ver con el hito marcado en 1664 por Francesco Negri, el avezado aventurero italiano que descubrió en exclusiva cómo el Viejo Continente se precipitaba al abismo ártico. "Ahora estoy en el Cabo Norte, en la esquina misma del mundo. Aquí termina el mundo y mi curiosidad. Ahora regresaré a mi casa", resumió Negri.

Nuestra curiosidad no cesa y, gracias a Hurtigruten (www.hurtigrutenspain.com), podemos seguir recorriendo ignotos lugares de belleza polar infinita a bordo de la más moderna flota de exploración.



LA TORTILLA DE PATATAS PERFECTA

En Blue Horizon, rendimos tributo a uno de manjares por excelencia de la gastronomía española. Para ello hemos contactado con Ricardo Romero, que nos cuenta todos los secretos que han encumbrado a su tortilla como uno de los referentes gastronómicos de la capital.

Tortilla de patata (con club de fans propio #concebollista), por Ricardo Romero

"En esta cuarentena nos hemos vuelto más cocinillas que nunca, yo mismo he estado pensando platos nuevos para 'Colósimo en casa'. Por supuesto, la tortilla también la servimos a domicilio, pero para quien se anime a hacerla, os dejo 9 pistas para conseguir la tortilla perfecta, o al menos, si no es de 10, será de 9, pero muy TOP".

1. Recomiendo patata agria y cebolla
2. Echamos las patatas y cebolla en el aceite del tiempo
3. Siempre a la vez y patata y cebolla, es decir, no las cocinamos por separado
4. Dejamos hacerse a fuego medio durante unos 30 minutos aproximadamente
5. Vamos rompiendo la patata, hasta conseguir un doradito homogéneo, como si fueran patatas fritas
6. Batimos los huevos y añadimos la sal y después las patatas y cebolla bien escurridas y mezclamos bien, y, a la vez, el huevo se va atemperando con el calor de la patata
7. A la hora de cuajarla, yo la tengo 30 segundos por cada lado a fuego alto y listo
8. Antes de comerla, dejamos reposar en el plato un poquito
9. Por supuesto, amor y tiempo. Aquí las tortillas se hacen de una en una y al momento

Ingredientes para 1 tortilla de 8 raciones abundantes:

- 1k patata agria
- ½ k cebolla
- 10-14 g sal
- 10 huevos de granja
- 200 ml de aceite 0'4

Ricardo Romero es, junto a su hermano José Manuel, el alma mater del Restaurante Colósimo (Ortega y Gasset, 67. Madrid. Tel. 91 453 14 25. Madrid). De su cocina nace la que se considera una de las mejores tortillas de Madrid. Para muchos, de hecho, ocupa el top 3 por haber conseguido el equilibrio perfecto entre una buena patata bien confitada, al igual que la cebolla, huevo poco cuajado y cebolla pochada. Es la estrella de la casa y comparte carta con platos sencillos y 'conocidos' pero que, al probarlos, lo primero que uno piensa es el gran trabajo que hay detrás y lo bien ejecutados que están. ¿Lo mejor? Llega directamente a la puerta de casa..

Instagram: www.instagram.com/restaurantecolosimo





Repensando y rediseñando la Comunicación y el Marketing RECOVERY: “decálogo del renacer de los destinos y empresas en turismo”

Después de la implementación de los planes de contingencia, ha llegado la hora de pensar las estrategias y los planes "recovery". Se avecinan nuevos tiempos y a nuevos tiempos, nuevas soluciones... resetea tu mente, repiensa y rediseña la comunicación de tu producto turístico, lifestyle o deluxe con innovación y proyectado hacia las claves del nuevo periodo PostCovid19 para renacer con más fuerza. No tienes porqué ser el primero en reabrir tu destino o tu empresa de turismo / hotelería, pero sí debes hacerlo perfecto cuando lo hagas.

“SE NECESITAN MUCHAS BUENAS ACCIONES PARA CONSTRUIR UNA BUENA REPUTACIÓN, Y SOLO UNA MALA PARA PERDERLA”

Benjamin Franklin

1.- Céntrate en tus fortalezas y piensa cómo pueden convertirse en valores diferenciales en este nuevo periodo aprovechando las Oportunidades (turismo seguro, inteligente, tecnológico, destino refugio, turismo familiar, bienestar, naturaleza, aventura, deporte, responsable, sostenible, solidario, slowlife, experiencias locales...) que el escenario PostCovid19 traerá consigo.

2.- Aprovecha para rediseñar tu visión, misión, compromiso social, gestión turística... tu comunicación y relaciones públicas en general en base a esas fortalezas y corrigiendo al mismo tiempo tus debilidades heredadas de otros tiempos pasados. Repiensa tu marca, tu oferta y tu nueva gestión con eficacia y eficiencia... e integra a tu organización en órganos de participación, públicos, privados o asociativos, para recibir información, intercambiar experiencias y manifestar esa integración local efectiva.

3.- Invierte en investigación a medida, exclusiva, en función de tus propias necesidades y no partiendo de estudios externos sesgados, voluntaristas o partidistas. Por encima de todo Escucha a tus audiencias (tu sector privado, tu comunidad, los intermediarios turísticos, a los medios y periodistas y cómo no al usuario final, el viajero). Recibe Feedback y sé receptivo a todas las sugerencias.

4.- Márcate nuevos objetivos ambiciosos pero realistas y pensando también, que muchas veces, menos es más: más calidad Vs cantidad.

5.- Asesórate para crear y diseñar nuevas Estrategias Articulables, con sistemas de control y actualización, y planes dinámicos que puedan adaptarse con rapidez y fluidez a 3 posibles escenarios: "Recuperación suave y paulatina 2020-2021-2022", "Inicio, pausa 2020 debido a un rebrote y recuperación paulatina 2021-2022" y "Recuperación lenta hasta la vacuna 2020-2021"... así como los escenarios de la OMT sobre potenciales aperturas de fronteras en "julio", "septiembre" y/o "diciembre" 2020.

6.- Apóyate en Fundamentos científicos y académicos y en Metodología actualizada y preparada para un cambio de paradigma y no crees Estrategias con bases arcaicas y de un tiempo ya pasado. La Nueva Teoría Estratégica #NTE y sus fundamentos, que nosotros utilizamos como ruta para un nuevo pensamiento estratégico, es un buen modelo que revolucionó recientemente el campo de la estrategia entre algún otro... aunque no hay muchos. Y piensa estrategias con un análisis cruzado, multidisciplinar e incorporando a expertos de diversas disciplinas relevantes además de la comunicación y el marketing: sostenibilidad, salud e higiene, seguridad, emergencias, legal, asuntos públicos... objetivos.

- Entendiendo que la clave de toda teoría estratégica pasa por recuperar al ser humano, actualmente reemplazado por constructos artificiosos tales como el homo oeconomicus, el actor racional, el player, etc.

- Concibiendo la estrategia como una ciencia de la relación y de la articulación social y no como una ciencia del conflicto y de la guerra.

- Poniéndose en el lugar del otro y dando así a la estrategia una orientación más dialogante, negociadora, cooperativa y consensual.

- Añadiendo a los factores económicos – que siempre estarán ahí – otros más relacionales e intangibles.

- En vez de preocuparse por proporcionar reglas paradigmáticas y exactas, la "nueva teoría estratégica" aspira a proporcionar reglas hermenéuticas, orientativas y articuladoras.

- El resultado es una forma de pensar la estrategia más compleja y relacional, cuya herramienta principal es la comunicación para ayudar a las organizaciones a articularse mejor con sus interlocutores y lograr objetivos.



7.- Si dejas de informar, comunicar, entretener e inspirar... desapareces, te aíslas del mundo. Mantén tu inversión en una comunicación y marketing fresco, original, adaptado, diferente, de alta calidad, interesante, dejando de lado todo lo que sea superfluo y no aporte... pues así tu marca saldrá potenciada: muchas de las más grandes marcas que todos conocemos a nivel global lograron su posicionamiento más alto en tiempos de crisis por su proactividad vs reactividad. Sé fiel a tus buenos asesores y proveedores, y aunque son tiempos de negociaciones dada la negativa influencia del Covid-19 en la economía mundial, respeta sus valores, conocimientos, su lealtad siempre en una solución win win, buena para ambos. Prescinde de aquellos proveedores que no te aportan valor o cámbialos.

8.- A día de hoy, no hay excusa para repetir errores y es imprescindible que cada organismo / empresa / instalación tenga un plan de emergencias actualizado y acorde con los nuevos tiempos. Es más, al margen de este tipo de documento de carácter técnico, consideramos fundamental que vaya siempre acompañado por su correspondiente plan de comunicación de crisis o en su defecto una guía básica de activación coordinada y paralela a ese plan de emergencia. Si antes debíamos hacer frente a incendios, explosiones, intoxicaciones, conflictos laborales... ahora hay que introducir crisis sanitarias. Pero se debe dar un paso aún mayor pues la recuperación del turismo es cosa de todos (empresas, directivos, empleados, conciudadanos, medios...) y no sólo de los poderes públicos. Hay que buscar e introducir en esta recuperación una conexión de proximidad en las instalaciones de la empresa / organismos, que a su vez demuestre realmente que se sustenta en valores como la cooperación y la solidaridad. Y, evidentemente, todo esto aporta intangibles a la marca. No podemos ni debemos quedarnos como elementos aislados e independientes de lo que acontece. Por esta razón los nuevos planes de comunicación y en concreto de emergencia / crisis deberían incluir también inputs de lo que sucede alrededor con la intención de apoyar y participar en la recuperación/ayuda de los demás, ya sean personas, colectivos, otras empresas o comunidades. La empresa debe estar en esas redes de colaboración y debe articularse. Lo local, nuestro compromiso real con la comunidad será una nueva forma de conectar con una mejor imagen a nivel global.

9.- Planifica campañas 100% integradas en las cuales todos tus mecanismos (comunicación y RRPP, publicidad, redes sociales, marketing promocional, web...) se retroalimentan con una coherencia total de mensajes clave y de look & feel para maximizar tus resultados y amortizar al máximo tus presupuestos. Aprovecha la aparición de nuevos soportes y canales en nuevas plataformas de televisión a la carta, de innovadores formatos out of home, de diseños on-line interactivos y multimedia, y también el renacer de los soportes impresos de alta calidad y de alta fidelidad de usuarios... Anticípate a tu competencia y a otros sectores y reserva ya tus espacios y soportes de comunicación antes de que llegue la saturación de solicitudes y la escasez de espacios premium cuando millones de empresas empiecen a reactivar su promoción en el último minuto y haz que el viajero sea el protagonista absoluto, sedúcele y también incorpora sus aportaciones en toda la cadena de valor de tu producto.

10.- Reemplaza aquellas herramientas tecnológicas impuestas por el pasado que, según los estudios incluidos los nuestros propios, generan molestias y rechazos en el usuario como: Cookies invasivas, banners pasivos, boletines spam, pop-up videos obligatorios... y aprovecha los nuevos mecanismos que permiten generar valor como un data-mining perfeccionado, una actualización de tu CRM, realidad virtual aumentada, showrooms virtuales, inteligencia artificial, los novedosos soportes y lights outdoors...

Alejandro Pérez - Ferrant, CEO de The Blueroom Project

“Hemos llegado a girar la curva de contagios, esto es como si hubiéramos hecho cumbre”

Esta semana hablamos con Edurne Pasaban. Tras una semana frenética, en la que no ha parado de atender a medios con motivo del décimo aniversario de su gran proeza, la consecución de los 14 'ochomiles', atiende a Blue Horizon para hablar de todo lo contrario: su primera 'desescalada'.

Pregunta obligada, ¿qué tal estás llevando el confinamiento?

Ni tan mal, me pilló al principio en el Valle de Arán por temas de trabajo. Nos dedicamos al mundo del esquí y de la nieve y nos pilló aquí y fue más fácil de llevar. La primera fase fue como todo el mundo, que no podíamos salir, pero ahora, en la fase 1 y en un sitio de menos de 5.000 habitantes, pues mucho mejor. Eso es como lo he llevado yo. Otra cosa es como lo ha llevado un niño de tres años (haciendo alusión a su hijo). Para todos los que tienen hijos habrá sucedido lo mismo. No sabes qué inventarte y al final del día, a partir de las 6 - 6:30 de la tarde no sabes qué hacer con tu hijo porque empieza a gritar y a llorar (comenta con optimista resignación).

La conciliación familiar...

Sí, esto es lo que más nos ha costado.

Bueno, tú como eres una experta escaladora... ¿cómo llevas la 'desescalada'? Casi mejor, ¿no?

Sí, bueno, a ver... Al final, el estar confinada en una casa es muy parecido a cuando nosotros estábamos de expediciones y pasábamos más de dos semanas en una tienda esperando que pare de nevar y poder salir. Encima solíamos estar en una tienda de dos metros por dos. Ahora hemos estado en nuestras casas. La diferencia es que entonces nosotros elegíamos ir a esas expediciones y éramos conscientes de que podríamos estar muchos días dentro de la tienda. Aquí esto nos ha pillado a todos de nuevas, de improviso y no estábamos preparados.

Y sobre la desescalada... pues sí. La verdad que hay mucho paralelismo entre bajar una montaña y lo que estamos viviendo. Al final, hemos llegado a girar la curva de contagios, esto es como si hubiéramos hecho cumbre, pero ¿qué pasa cuando tú haces cumbre en una montaña? ¿Qué es más peligroso, subir o bajar? Para mí es bajar.

¿Por qué?

Porque hemos llegado a la cumbre y estamos mucho más relajados. Hemos utilizado toda la energía para subir a la cumbre, queremos terminar la expedición y llegar a casa. Es un poco lo que nos está pasando en esta 'desescalada'. Han sido semanas muy duras, de mucho esfuerzo para estar en casa confinados, un cambio de vida total en el que hemos puesto toda nuestra energía. Ahora que estamos en la 'desescalada', ¿qué ocurre? Que todo el mundo quiere llegar al final lo antes posible, llegar al campamento lo antes posible. Y no tenemos tanta fuerza, no estamos tan atentos a las cosas que nos pasan alrededor y es entonces cuando pueden pasar los mayores accidentes. En esta 'desescalada' tenemos que estar muy atentos porque nos pueden pasar muchas cosas.

Uno de los estímulos que puede haber para 'desescalar' con motivación puede ser pensar en un viaje o programar una escapada...

¿Ayuda tener esos estímulos bonitos con un horizonte más favorable?

Sí. Yo siempre lo he planteado durante entrevistas o cuando me han llamado medios de comunicación durante este confinamiento, ¿cómo haces para tener resiliencia, motivarte...? Es lo que tú has dicho, pensar en un lugar bonito. En algún viaje que quieres hacer o está dentro de tus sueños y, muchas veces, ayuda el trasladarte con la mente allí. Para mí, cuando estaba de expediciones, era lo contrario. Cuando estaba en el campamento base dentro de una tienda, mi estímulo era soñar con la playa de San Sebastián. Aquello me daba fuerzas. Ahora es un buen momento para soñar con aquellos destinos, esos sitios que están dentro de nuestra mente. Eso nos puede ayudar.

Hace poco nos trasladaste a Costa Rica, de la mano de Elena Moro, de la revista Oxígeno y la Carrera de la Mujer, en un directo de Instagram. Lo primero de todo, gracias por compartir la experiencia, y lo segundo, ¿qué te parece el país?

Me parece fantástico. Tú no sabes cuantas veces hemos soñado mi chico y yo con Costa Rica y hemos estado hablando este confinamiento del viaje que hicimos. Fue un viaje en familia a un país que no conocíamos. Un país que da muchísimo juego. Hay muchas actividades para hacer. Tiene muchas diferencias en poca distancia. De estar en el monte y tener más bien frío a estar en la playa.. De hecho, este año estábamos diciendo ¿y por qué no volver? Cuando tú quieres repetir un destino es la mejor señal.

¿Y qué nos puedes decir de tu tierra, San Sebastián?

Está todo parado. Encima en el País Vasco que todo el mundo es de comer, salir y de todo el turismo que genera, como España entera, todo esto parado se lleva mal. Nosotros como tenemos tan integrado el tema de la sociedad, las sidrerías... pues, ¡qué te voy a contar! Todo esto ha desaparecido en el momento más alto de la temporada. El confinamiento ha ocurrido en temporada de sidrerías y de otras cosas típicas en mi tierra y los vascos lo hemos llevado bastante mal, la verdad. Espero que todo esto cambie pronto y mejore para todos.

Ojalá así sea. Muchas gracias por tu tiempo, Edurne.

A vosotros.



SANTA EULÀRIA DES RIU DESDE OTRO PUNTO DE VISTA

"Existen lugares a los que se llega con los ojos cerrados y siempre se reconocen. Santa Eulària des Riu es uno de ellos. Lo delata el aroma que destila la combinación de tierra y mar, de arquitectura y campo, de hierbas aromáticas y cal, su gastronomía, sus rutas culturales entre pueblos y vistas, sus mercados, su gente, su estilo ibicenco. Y están los DETALLES, esa belleza espontánea de los detalles, todas esas pinceladas repentinas de flores, de rincones, de colores que muestran con una sencillez penetrante los dones incontables de este municipio balear y mediterráneo".

Composición ILUSTRACIONES "Detalles de Santa Eulària des Riu"

Ilust. 1. Puig de Missa (en Santa Eulària des Riu)

Ilust. 2. Santa Gertrudis de Fruitera

Ilust. 3. Puig de Missa (en Santa Eulària des Riu)

Ilust. 4. Museo Trull de ca n'Andreu (en Sant Carles de Peralta)

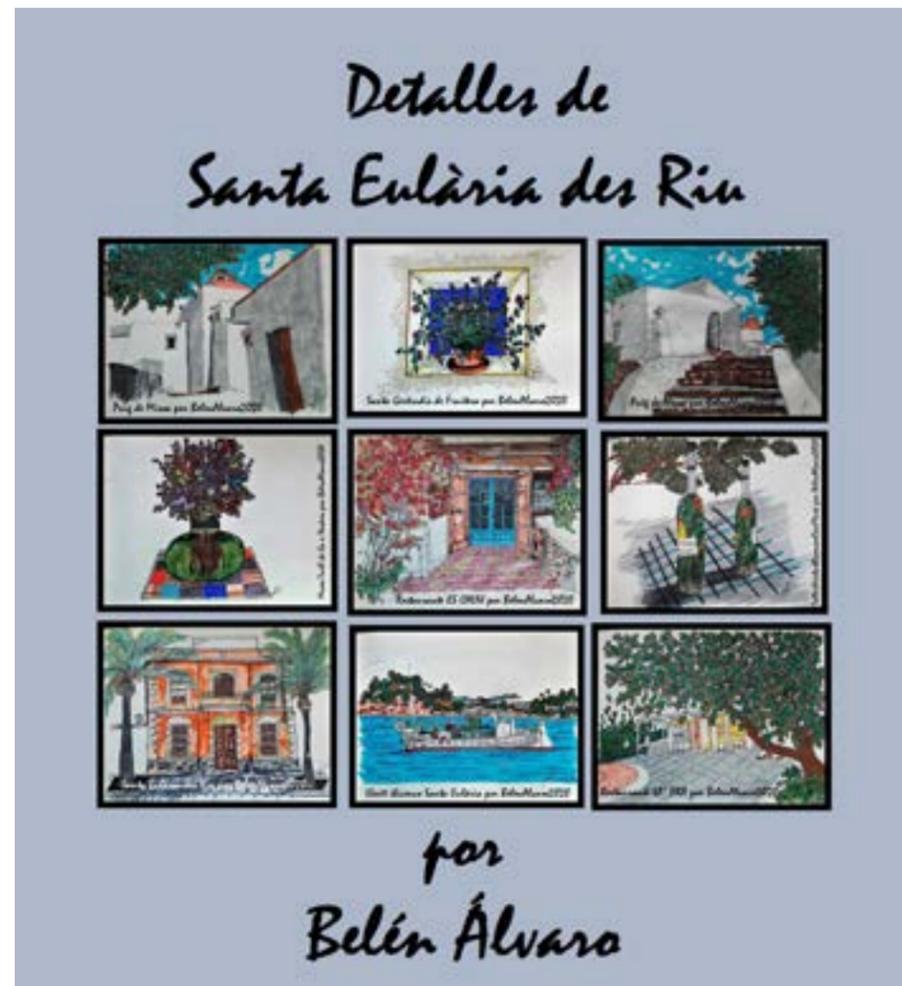
Ilut. 5. Restaurante Es Caliu

Ilust. 6 Taller de hierbas ibicencas en la Finca-Jardín Botánico Can Fluxà

Ilust. 7. Edificio en Santa Eulària des Riu

Ilust. 8. Llaüt ibicenco en aguas de Santa Eulària des Riu

Ilust. 9. Restaurante LA' ERA Agroturismo Can Toni Xumeu



Valencia, despliega sus alas hacia la nueva normalidad

El informe "El futuro de la aviación en Europa", de gran acogida dentro de la aviación y basado en encuestas a profesionales de aerolíneas y aeropuertos, hace un análisis del nuevo horizonte que se plantea a nivel turístico. Entre las conclusiones del estudio, destaca la opinión mayoritaria y optimista de aerolíneas y aeropuertos.

Desde la prudencia, y a la espera de cómo evolucione la pandemia, se apunta a una reactivación paulatina de las conexiones aéreas: comenzando con vuelos domésticos -en aquellos países donde han cesado- en los meses de mayo/junio.

Los vuelos entre países europeos comenzarían de forma mayoritaria en el mes de julio. Sobre los intercontinentales la incertidumbre, a día de hoy, es mayor.

Los profesionales de la aviación esperan un importante ajuste tanto en el número de rutas que se operen, como en las frecuencias. Así, se espera mantener una capacidad aérea superior al 25% en los primeros meses de activación de la conectividad, que iría incrementándose de cara a la temporada de invierno 2020, siempre y cuando no existiesen rebotes importantes del Covid19.

Pese al ajuste de la oferta de vuelos y el incremento de medidas de higiene y seguridad, no se espera un incremento en los precios de los billetes de avión. El 75% de los encuestados opina que el precio del billete se mantendrá o bajará.

El informe ha sido elaborado por la "Fundació Visit València", una de las entidades de promoción turística pionera en Europa que cuenta con un programa propio de marketing relacional con aerolíneas y aeropuertos, denominado "FLY VALENCIA". Reconocido por las propias aerolíneas en varias ocasiones en los "Routes Awards", este organismo goza de gran credibilidad y prestigio dentro del sector.

Las conclusiones muestran un futuro esperanzador para el sector aéreo en general y el valenciano en particular. En los últimos cinco años, el aeropuerto de la capital del Turia ha sido uno de los que mayor crecimiento ha experimentado en tráfico internacional a nivel europeo, llegando a rebasar la cifra de 8'5 millones de pasajeros en 2019.

Una de las claves del éxito de la "Fundación Visit València" es su modelo de trabajo, que se sustenta en un sistema de interrelación y colaboración: no solo con aerolíneas y aeropuertos, sino con la industria turística y medios de comunicación para incrementar de forma paralela tanto la capacidad aérea como la demanda (en ambos sentidos), con un enfoque centrado en el turista.

Visit València confía que este modelo colaborativo de trabajo promovido por su fundación agilice la recuperación del sector turístico, necesaria para un destino vibrante durante los doce meses del año que goza de una gran conectividad por tierra, mar y aire.

Más información: www.visitvalencia.com

FREWASKA: ORGULLO YOUTUBER SIN CENSURA

Hablamos con los creadores de Frewaska Channel, un canal de YouTube creado hace año y medio por Oviaska y Frewtwoj y que ya cuenta con casi 90.000 suscriptores.

Uno de los videos más populares de esta pareja gay, que principalmente habla de su vida (día a día, dramas, viajes, enfados, sexo..), es "Cobertura", una parodia del superéxito "Con Altura" de Rosalía que ya supera las 387.000 visitas en menos de un año. Además de humor, estos dos simpáticos youtubers también tratan temas que afectan al colectivo LGTB.

¿Cómo surge la idea de crear un canal de Youtube tan transgresor?

La idea de crear un canal era algo que teníamos en nuestra cabeza (cada uno en la suya) desde hace tiempo, pero nunca nos lo habíamos dicho entre nosotros. Cuando empezamos a estar juntos, hacíamos muchos directos en Instagram y alguna vez nos habían dicho "oye, ¿por qué no os hacéis un canal?", y fue ahí donde empezamos a comentarlo entre nosotros. No teníamos idea de qué contenido subir, simplemente ir grabando lo que nos fuera apeteciendo e inspirando en cada momento, ¡y así seguimos hoy día!

¿A qué creéis que se debe vuestro éxito?

Creo que se debe a dos cosas principalmente: la primera es el amor (#intensa); creo que en el mundo LGTB faltan muchos referentes, estamos rodeados desde que somos pequeñitos de parejas heterosexuales y a veces creemos que no vamos a poder ser felices, enamorarnos y formar una familia, porque no vemos que eso sea posible, ni siquiera en películas.

Creemos que mucha gente nos sigue porque, de alguna forma, representamos que el amor, la felicidad y un proyecto de vida entre dos chicos también es posible. Y la segunda es que hablamos con naturalidad de cosas que, aunque deberían ser naturales para todo el mundo, para mucha gente son un tema tabú, como el sexo.

¿Cómo afrontáis las próximas fiestas del Orgullo?

Pues con mascarilla, paseos con banderas de arcoiris y fiesta en los balcones de Chueca, jajaja. También con cierta tristeza por no poder vivir como siempre lo que para nosotros es el evento más emotivo e importante del año, pero es lo que hay.. Quizá vivirlo desde casa sirva para que la parte festiva y divertida que tiene el Orgullo (que es una maravilla) no eclipse al espíritu reivindicativo y crítico que debería primar por encima de la fiesta. Le debemos dar la importancia que merece.

Hablando de viajes... ¿En qué destinos os encontráis más a gusto? ¿Cuáles os llaman la atención más?

Fran sueña con playas paradisíacas, agua turquesa, relax.. yo (Oviaska) soy un poco más diverso en ese sentido. Disfruto de ese rollo, pero también viajando a cualquier parte, conocer otras culturas y ciudades.. Normalmente, a la hora de viajar nos informamos sobre la situación del colectivo LGTB en el destino que estemos mirando. No visitamos ningún lugar donde no podamos ser nosotros mismos.

¿Qué opináis de Tailandia?

Playas paradisíacas, agua turquesa, relax, otra cultura, un ambiente social increíble.. y un lugar en el que, además, podemos ser nosotros mismos sin miedo. Lo tiene todo, jajaja.

¿Conocéis Ibiza? ¿Qué nos podéis contar de la isla?

Fran estuvo un día en 2012. Un novio tenía que montar una empresa de motos de agua y Fran iba a ser el monitor (¿me explicas el cuadro?). Conocemos poquito de ella en verdad, simplemente sabemos de la fama que tiene su noche, las playas que son increíbles, el clima.. la tenemos en nuestra agenda de destinos pendientes.



Madrid también es una ciudad abierta y tolerante. ¿Qué os gusta más de la ciudad?

Pues precisamente eso, es la ciudad más abierta y fácil que conocemos. Es muy sencillo conocer gente, hacer amigos, ser tú mismo.. Como decía Carmena, "seas como seas, ames a quien ames, Madrid te quiere"

El humor es clave en el día a día para sobrellevar los problemas... ¿el Covid os ha inspirado alguna parodia o todavía es pronto para hacer humor sobre este tema?

Pues mira, empezamos a escribir la letra de una parodia sobre las situaciones que se vivían al principio de la cuarentena, que iba a ser con la canción de "I will survive", pero nos enfadamos y tuvimos drama cuando surgió la idea. Así que la aparcamos y ya se hizo tarde, salieron 2.000 parodias y ya no era nada original seguir con ello, veremos si más adelante surge otra idea para la siguiente parodia.



Dubai, epicentro para la recuperación del Turismo MICE

La lujosa y ultramoderna ciudad emirato de los Emiratos Árabes Unidos se ha consolidado en los últimos años como uno de los polos turísticos a nivel mundial. Buena parte de su éxito radica también en su industria MICE.

2020 estaba llamado a ser un año clave para este destino, ya que estaba previsto la celebración de la Exposición Universal. La pandemia del Covid-19 ha obligado a retrasarla un año, emplazándola finalmente a octubre de 2021. Durante este periodo, la ciudad se postula como uno de los destinos MICE que liderarán la reactivación del turismo de congresos, eventos, negocios y convenciones.

Dubái, séptima ciudad más visitada del planeta en 2019, contó con más de 16,7 millones de visitantes el pasado año, convirtiéndose, junto a París y Kuala Lumpur, en la tercera ciudad del mundo con más turistas que residentes. Este hecho tiene una contribución del 11,5 por ciento al PIB del emirato, lo que supone un gasto directo del turismo internacional de 27.900 millones de dólares.

El sector MICE es uno de los pilares básicos en su consolidación como destino. Una vez instaurada la nueva normalidad, todo hace indicar que retomará su peso específico, ya que cuenta con el aeropuerto número 1 en pasajeros internacionales, 2/3 de la población mundial vive en un radio de 8 horas (en avión) y su oferta rebasa holgadamente las 100.000 plazas hoteleras.



OPINIÓN DEL EXPERTO

“No podemos seguir mirando hacia atrás todo el rato, hay que mirar hacia delante”

JUAN DEL HOYO, CEO DE AZUL MARINO VIAJES

Hasta hace una semana tenía la sensación de que cada día que pasábamos todo iba a peor, en plazos, en todo. Llegué a escuchar que todo se recuperaría en 2025. El estado de ánimo iba decayendo a medida que pasaban los días. Ahora hay un estado de ánimo con picos de sierra muy claros. Sube y baja. No es lineal. En la última semana esta sensación ha cambiado, han empezado a entrar pequeñas noticias positivas en el sector. Las tomo con cautela, pero son noticias positivas y los plazos y tiempos empiezan a tirar ya en nuestro sentido.

Intento hablar con mucha gente y recabar muchos datos. Aunque eso a veces me genere dudas, tengo información y, al final, la información es poder. Dedico también tiempo a estar cerca de los empleados que aún siguen trabajando. Este lunes, 18 de mayo de 2020, he mantenido además una reunión con la Ministra de Industria, Comercio y Turismo (Reyes Maroto) y repetiré el viernes 22. A nivel personal, es súper positivo que busque el tiempo para hablar con el sector. Le veo en una predisposición bastante positiva para ayudarnos, en todo lo que esté dentro de su mano, evidentemente.

Ella comparte que el Turismo fue uno de los sectores principales que nos hizo avanzar en la crisis anterior de 2008 y va a pelear para que vuelva a serlo. Sobre la cuarentena, reconoció que no han sido capaces de transmitir bien este tema a la prensa. Nos comentó que es una medida totalmente transitoria y que, previsiblemente en la fase 3 o en la nueva normalidad, se va a eliminar totalmente y va a ir alineada con el resto de los países de la Unión Europea. Así que, tendremos que estar tranquilos con eso. Para ella no tiene sentido que esté prohibido ir de Bilbao a San Sebastián, pero puedan venir personas desde Fráncfort.

Hay medidas que considero totalmente indispensables ahora mismo: el mantenimiento de los ERTES de fuerza mayor más allá del 30 de junio, las ayudas directas a las agencias de viaje, las medidas de promoción del turismo nacional a través del canal y las subvenciones. La ministra comentó que el Gobierno está trabajando para tratar de tener temporada de verano. Si está trabajando para ello, es buena noticia. También trabajan en acuerdos bilaterales con varios países de la Unión Europea. En relación a los ERTES de fuerza mayor, van a intentar alargarlos más allá del 30 de junio, en este sentido, nos dijo que hay un gran consenso para alargarlos en los sectores más afectados, como es el turismo.

También está trabajando en un calendario de aperturas de fronteras y en una APP para monitorizar la evolución y el índice de contagio del virus, que tiene que estar por debajo del 1% durante la desescalada.

En definitiva, en el sector turístico, como en muchas facetas de la vida, no podemos seguir mirando hacia atrás todo el rato, hay que ir mirando hacia delante. No pasa nada. Nos adaptamos, creamos un modelo nuevo. El modelo que tenemos ahora no va a ser el que vamos a tener el año que viene ni dentro de treinta años. Es un híbrido, es como las personas, va creciendo evoluciona, es diferente. Tenemos que trabajar en iniciativas que tengan un punto fresco, innovador y que realmente aporten valor.



Juan del Hoyo, a la derecha, posa junto a su hermano Iñaki del Hoyo en las oficinas de Azul Marino

Calle San Andrés 25 – Bajo A
28004 Madrid – Spain
T: +34 915 316 692
F: +34 915 228 364
info@blueroom.es
blueroom.es

the
blueroom
project | AT THE
LOFT
headquarters
MALASAÑA ◊ MADRID

Blue horizon

Todo nuestro equipo está en la oficina (casas) para ayudaros.
Para agilizar cualquier solicitud os dejamos dos líneas de contacto:

Prensa: Alberto Gozalo | agozalo@blueroom.es

Sector Turístico: Pablo Rodríguez | prodriguez@blueroom.es

#NoticiasPositivas que importan

#YoMeQuedoEnCasa #YoComunico #MásContenidos
#NoCancelesAplaza #ViajarEsVivir #BeingBlueroom