

Palladium magazine

ENGLISH // ESPAÑOL | 2016 | N°4

EUROPE
SPAIN
Edition

INTERVIEW

Madonna

REBEL HEART

SLOW LIVING

Page 30

UPGRADES AT
PUNTA CANA

Page 64

SAY 'I DO' IN PARADISE

Page 66

TRAVEL CLUB

Page 90

SEBASTIÃO
SALGADO

Page 106

SPAIN BY
PALLADIUM

Page 131

TAKE IT
with you

DESTAPA LOS BUENOS MOMENTOS



El consumo de alcohol perjudica la salud.

WELCOME / BIENVENIDA

palladiumhotelgroup.com

Abel Matutes Prats

A 2016 FULL OF CHALLENGES AND NEWS

Un 2016 repleto de retos y novedades



CEO
Palladium Hotel
Group

ENG | ESP

2016 is going to be an exciting year for Palladium Hotel Group, because we've got lots of news in the destinations where we operate. True to our spirit of constant renovation and innovation, we're very proud to offer our guests a new experience at Grand Palladium Lady Hamilton in Jamaica. We've totally upgraded almost 15 villas, with new furniture and bed linen in the rooms, modern décor and brand-new bathrooms; the Indian restaurant Bhogali has gotten a makeover and Las Brisas beach looks just like heaven following renovations. In Punta Cana, the Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino has also remodeled its lobby, the Hemingway bar and 280 rooms as well as the pool. The Royal Suites Turquesa has a new pool and its restaurant Palladium's Royal Gourmet has been revamped as well, always according to the highest quality standards. We're also very proud to report that this fall, our second Hard Rock Hotel will open its doors in Tenerife, on the coast of Adeje. Like the Hard Rock Hotel Ibiza, a huge success since its inauguration in May 2014, it will be a 5-star resort where guests will groove to the beat of great music. The hotel will have 624 rooms divided into two towers, Oasis and Nirvana, with three floors reserved for the most exclusive guests with special perks like private concierge service and VIP check-in. Hard Rock Tenerife will have three pools, a saltwater lagoon, six restaurants, a spa, kids' club, a huge convention room and a stage with a capacity of 5,000 people and a steady lineup of concerts by DJs and pop rock groups. But that's not the only big event on our calendar this year. This April, construction begins on two new hotels in northern Cancun, on Playa Mujeres, Mexico. In an initial phase we plan to inaugurate 1,150 rooms, with the goal of reaching a total of 3,150 rooms in all six hotels. At Palladium Hotel Group we never stop working to offer our guests the best possible service. Always. •

2016 va a ser un año apasionante en Palladium Hotel Group porque tenemos novedades en muchos de los destinos en los que operamos. Fiel a nuestro espíritu de renovación e innovación constante estamos muy orgullosos de ofrecerles a nuestros huéspedes una nueva experiencia en Grand Palladium Lady Hamilton de Jamaica. Hemos mejorado de una manera integral las instalaciones de casi una quincena de villas, con nuevo mobiliario y ropa de cama en las habitaciones, una decoración moderna, y baños a estrenar; el restaurante indio Bhogali ha cambiado de cara y le ha dado una vuelta a su carta; y la playa de Las Brisas luce paradisíaca, después de algunas obras. En Punta Cana, el hotel Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino, también disfruta mejoras en el lobby, en el Hemingway bar y en 280 habitaciones que han sido renovadas, así como su piscina. La zona The Royal Suites Turquesa suma una nueva piscina y su restaurante Palladium's Royal Gourmet se ha reinventado con la calidad, como siempre, en el punto de mira. Estamos también muy orgullosos de anunciar que en otoño abrirá sus puertas nuestro segundo Hard Rock Hotel. Lo hará en Tenerife, en la costa de Adeje, después del exitoso camino que ha recorrido Hard Rock Hotel Ibiza desde mayo de 2014. Será un resort de 5 estrellas en el que el cliente vibrará al ritmo de la música. 624 habitaciones ubicadas en dos torres, Oasis y Nirvana, en la que tres plantas estarán reservadas a los clientes más exclusivos con servicios como conserje privado o VIP check-in. Hard Rock Hotel Tenerife tendrá tres piscinas, un lago de agua salada, seis restaurantes, spa, kids club, un gran salón de convenciones y un escenario con capacidad para 5.000 personas en el que programaremos conciertos de DJs y grupos de pop-rock. Otro gran acontecimiento marcará también nuestra agenda del año. En abril comenzaremos los trabajos de construcción de dos nuevos hoteles en el norte de Cancún, en Playa Mujeres, México. Tenemos previsto levantar, en una primera fase, 1.150 habitaciones. Nuestra meta será llegar a los seis hoteles con un total de 3.150 habitaciones. En Palladium Hotel Group no paramos con la intención de ofrecer, siempre, el mejor servicio a nuestro huésped. •



An exclusive experience for YOU

Only YOU Hotel & Lounge Madrid desea complacer las necesidades de cada uno de sus clientes, haciendo de la personalización uno de sus puntos clave y permitiendo que cada huésped experimente su estancia de forma única e inolvidable.



MADONNA'S REBEL HEART */ ESP.* EL CORAZÓN REBELDE DE MADONNA

Cover photo / Foto Portada ©KEVIN MAZUR

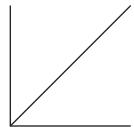


©UMusic

TECHNOLOGY FOR SELF-ESTEEM *TECNOLOGÍA PARA LA AUTOESTIMA*

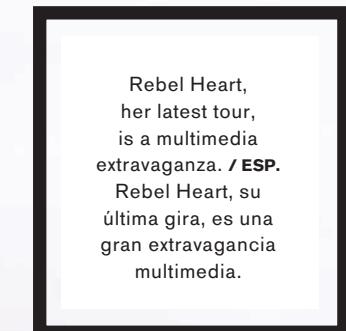
34

Deluxe
smartwatch.
/ ESP.
Smartwatch
de lujo.



PHILIPPE STARCK

48



Rebel Heart,
her latest tour,
is a multimedia
extravaganza. */ ESP.*
Rebel Heart, su
última gira, es una
gran extravagancia
multimedia.

CONTENTS

Sumario

Nº4 2016

12

Travel / Viajar

SIX PHOTOS AROUND THE WORLD

Seis fotos alrededor del mundo

24

Interview / Entrevista

SERGIO ZERTUCHE

30

Trends / Tendencias

SLOW LIVING

Vida lenta

32

Books / Libros

LONG LIVE READING

Larga vida a la lectura

38

Decoration/ Decoración

DISHES WITH THE SOUL OF A PAINTING

Platos con alma de cuadro

40

Sport / Deporte

RUNNING TO START OFF THE DAY

Running para empezar el día

44

Fashion/ Moda

THE SUITCASE

La maleta

58

Palladium

THE FAMILY

La Familia

62

Palladium

HONEYMOON SUITE IN JAMAICA

Honeymoon Suite en Jamaica

64

Palladium

UPGRADES AT PUNTA CANA

Reforma integral en Punta Cana



CONTENTS

Sumario

Nº4 2016

66

Palladium

SAY 'I DO' IN PARADISE

Da el 'Sí Quiero' en el paraíso

68

Palladium

AT THE OFFICE WITH ANA CASTRO

En la oficina con Ana Castro

74

Palladium

PEOPLE OF PALLADIUM

76

Palladium

RAGGS

80

Palladium

KANTENAH BAY TURTLE CAMP

Campamento Tortuguero
Bahía de Kantenah

82

Palladium

USHUAÍA AND HARD ROCK FASHION

Moda Ushuaia y Hard Rock

90

Palladium

TRAVEL CLUB

106

Stories

SEBASTIÃO SALGADO

112

Stories

RHYTHM NATION

La nación del ritmo

124

Stories

GOURMET FOOD ON WHEELS

Comida gourmet sobre ruedas



Indigenous
herency. / ESP.
Herencia indígena.



72

PALLADIUM PREMIUM EXPERIENCE

DINNER UNDER THE STARS / ESP. CENA BAJO LAS ESTRELLAS



MAKE THE MOST OF YOUR DESTINATION

SÁCALE JUGO A TU DESTINO

The Palladium Hotel Group gives you the chance to discover a country to fall in love with through one of its many hotels. // Palladium Hotel Group te descubre un país del que enamorarse a través de toda su oferta hotelera.

Segura Viudas

CAVA

Descubre la Verdadera Perfección



Distribuye **El Catador** El exceso de consumo de alcohol perjudica la salud, Ley 42-01.

@SEGURAVIUDASRD | #SEGURAVIUDASRD

EDITORIAL

palladiumhotelgroup.com

To feel right at home

SENTIRSE COMO EN CASA

Palladium Hotel Group is a company that's always got something new to unveil. I was able to see for myself just days ago on my visits to the Jamaica and Punta Cana resorts. At both destinations, the company has spent millions of euros on comprehensive remodeling projects, and the improvements are clear. The new Royal Presidential villa in Jamaica is truly impressive. But beyond all the spectacular facilities, the thing that struck me the most was the fabulous service that guests receive and how the Palladium Hotel Group has specific training programs to teach local workers how to make clients feel right at home. And that's what makes Palladium resorts stand out: friendly customer service. I also visited the Dominican Fiesta Hotel & Casino in Santo Domingo, one of the oldest establishments in town and one of the most popular spots for business conferences. It's not hard to see why, either, looking at its comfortable meeting rooms.

In this issue I'm very proud to have the number one artist from the music industry of recent decades on the cover. Madonna the same philosophy as the Palladium Hotel Group in her DNA: the desire to constantly reinvent and innovate to keep on growing. Because grow is precisely what the company has done in 2015. Sergio Zertuche, the sales director of Palladium Hotel Group, tells us about the group's big figures in an interesting interview. And you can be expecting more news soon, because this group never stops. •

ESP. Palladium Hotel Group es una compañía siempre repleta de novedades. Lo he podido comprobar hace muy poco en mis visitas a los resorts de Jamaica y Punta Cana. En los dos destinos la empresa ha destinado un buen puñado de millones de euros en reformas integrales y se nota. La nueva villa Suite Presidential de Jamaica es impresionante. Pero más allá de las espléndidas instalaciones, lo que más me ha llamado la atención es el magnífico servicio que se le da al huésped y cómo Palladium Hotel Group tiene programas específicos de formación para enseñar a los trabajadores locales cómo hay que tratar a los clientes para que se sientan como en su propia casa. Ahí reside la gran diferencia de los resorts Palladium, en el cercano trato al cliente. También visité el Dominican Fies-

ta Hotel & Casino de Santo Domingo, uno de los establecimientos más antiguos de la ciudad y punto de referencia de reuniones de negocio. No es para menos viendo las cómodas salas de reuniones de las que dispone.

En este número estoy muy orgulloso de llevar en portada a la número uno de la industria musical de las últimas décadas. Madonna tiene en su ADN la misma filosofía que Palladium Hotel Group, la reinención e innovación constante para seguir creciendo. Porque crecimiento es lo que ha experimentado la compañía en 2015. Sergio Zertuche, director comercial de Palladium Hotel Group, nos cuenta los grandes números del grupo en una interesante entrevista. Estad a la espera de nuevas noticias porque este grupo nunca para. •



**Massimo
Shadi Saab**

STAFF

Director

Massimo Shadi Saab

Editor-in-Chief

Eva Miguélez

Creative Directors

Rodríguez y Cano

Spanish Editor

Sira Lebón

Carlos Risco

English Editor

Nicola Corfield

Photo Editor

Rebeca Luengo

Translator

Amanda Nolen

Sally Riera

Thanks to: Jose Luis Caneiro, Alvaro González, Ana Castro, Raimundo Segarra, Jose Morgan, Fábio Mazini, Rebeca García, Carolina Solis, Alba Molinero, Ricardo Canales, Paula Montoto, Silvia Del Río, Guille Rodríguez, Gabriela Martínez de Castilla, Patricia Otal, Juanan Mari, Elisabeth Delgado, Remy Arroyo, Silvia Aparicio and Rafael Tomás

Published by

Fiesta Hotel And Resorts SI

Advertising

Exclusive Agent Advertising

massimo@simaribiza.com

Write us about whatever you want, we learn from you!

Contact us at

magazine@

palladiummagazine.net

Printed by Europe Edition

Jimenez Godoy Sa

CEO

Palladium Hotel Group

Abel Matutes Prats

Deputy Managing Director

Palladium Hotel Group

Jesus M. Sobrino

Marketing Director

Palladium Hotel Group

Iñaky Bau

SIMAR IBIZA, WHERE LIFESTYLE AND CORPORATE MAGAZINES ARE DREAMT

WWW.SIMARIBIZA.COM

Flavor that begins in the aroma!
¡Sabor que empieza en el aroma!



**Café Santo
Domingo®**
*¡Sabor que Empieza
en el Aroma!*



Feel free, it's included

Sumérjase en la extraordinaria cultura jamaicana, descubra cascadas ocultas y vistas impresionantes.

Grand Palladium Jamaica Resort & Spa se encuentra rodeado de playas paradisíacas en un bosque tropical. Es el lugar perfecto para ir de vacaciones en familia o en pareja. Disfrute de la auténtica cocina jamaicana, de la comodidad de sus instalaciones y de una amplia variedad de actividades para todos los gustos.



Let us transport you to the world's most idyllic destinations and show you the latest trends in technology, literature, fashion, beauty and sport. Why? Because we love to live life to the fullest.

/ **ESP.** Viaja con nosotros por los lugares más paradisiacos del mundo y por las tendencias que están marcando lo último en tecnología, literatura, moda, belleza y deporte. Nos gusta exprimir la vida hasta la última gota.

BLACK RIVER

18°28'00"N 77°55'00"O

Where // Dónde: Jamaica.

Black River was, in the 19th century, a bustling port and one of the biggest, most modern cities in Jamaica. It was the first to have electricity, a motor car and a telephone exchange. Many of its residents were rich traders who built luxurious homes in the city, which can now be visited on High Street, the main drag. Black River is also the third longest river in Jamaica, with a length of 53.4 kilometers. Several companies offer boat rides along its meandering course, famous for its spectacular flora and fauna, including mangrove trees and American crocodiles.

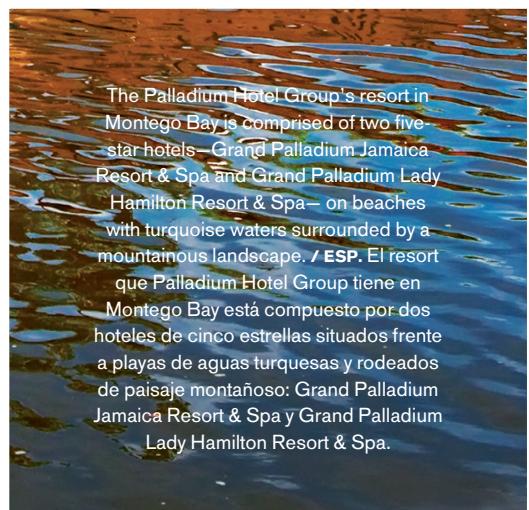
ESP. Río Negro fue, en el siglo XIX, un bullicioso puerto de embarque y una de las ciudades más grandes y modernas de Jamaica. Fue la primera en tener electricidad y automóviles y una de las pioneras en tener teléfono. Muchos de los residentes de Río Negro eran ricos comerciantes que construyeron casas lujosas en la ciudad, que hoy se pueden visitar en High Street, la calle principal de la ciudad.

Río Negro es también el tercer río más largo de Jamaica con una longitud de 53,4 kilómetros. Varias compañías ofrecen excursiones en barco por su cauce, famoso por su flora y fauna. Los manglares y los cocodrilos americanos son de lo más espectacular.





by Mafalda Ortiz



The Palladium Hotel Group's resort in Montego Bay is comprised of two five-star hotels—Grand Palladium Jamaica Resort & Spa and Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa—on beaches with turquoise waters surrounded by a mountainous landscape. / **ESP.** El resort que Palladium Hotel Group tiene en Montego Bay está compuesto por dos hoteles de cinco estrellas situados frente a playas de aguas turquesas y rodeados de paisaje montañoso: Grand Palladium Jamaica Resort & Spa y Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa.

BAHIA

12°58'15"S 38°30'39"O

Where // Dónde: Brazil. // Brasil.

Nuestro Señor de Bonfim is the most important Catholic church in Bahia, where the famous *fitinhas de bonfim* are given out. These ribbons are 47 centimeters long, the exact same length as the statue of Christ on the high altar. Legend has it that if you tie it around your wrist three times and make a wish with each knot, when the ribbon wears and breaks off on its own, the wishes will come true. Many visitors tie these *fitinhas* to the church gate as token of offering.

The church is located on the Sagrada Colina ("Sacred Hill") of Itapagipe Peninsula, in Salvador.

ESP. La Iglesia de Nuestro Señor de Bonfim es el templo católico más importante de Bahía. Allí es donde se reparten las famosas *Fitinhas de Bonfim*. Miden 47 centímetros, exactamente lo mismo que el brazo derecho de la estatua del Cristo que está en el altar mayor, y cuenta la leyenda que si se ata al brazo con tres nudos, y se pide un deseo por cada uno, al dejar que la cinta se desgaste y se rompa sola, los deseos se cumplirán. Muchos visitantes atan esas *fitinhas* a la verja de la iglesia en señal de ofrenda. El templo se encuentra en la Sagrada Colina de la Península de Itapagipe, en Salvador.



A photograph showing a large, dense pile of colorful ribbons tied to a dark, textured object, likely a tree trunk, in the foreground. In the background, the ornate facade of a white church with multiple arched windows and decorative stonework is visible under a cloudy sky.

Grand Palladium Imbassai Resort & Spa is the Palladium Hotel Group's hotel operates in the so-called Linha Verde (or "Green Line"). Just 45 minutes from Salvador International Airport, this ve-star establishment has every imaginable creature comfort.

/ ESP. Grand Palladium Imbassai Resort & Spa es el resort que Palladium Hotel Group tiene en la llamada Línea Verde. A tan sólo 45 minutos del aeropuerto de Salvador, este cinco estrellas tiene todas las comodidades que un huésped puede imaginar.

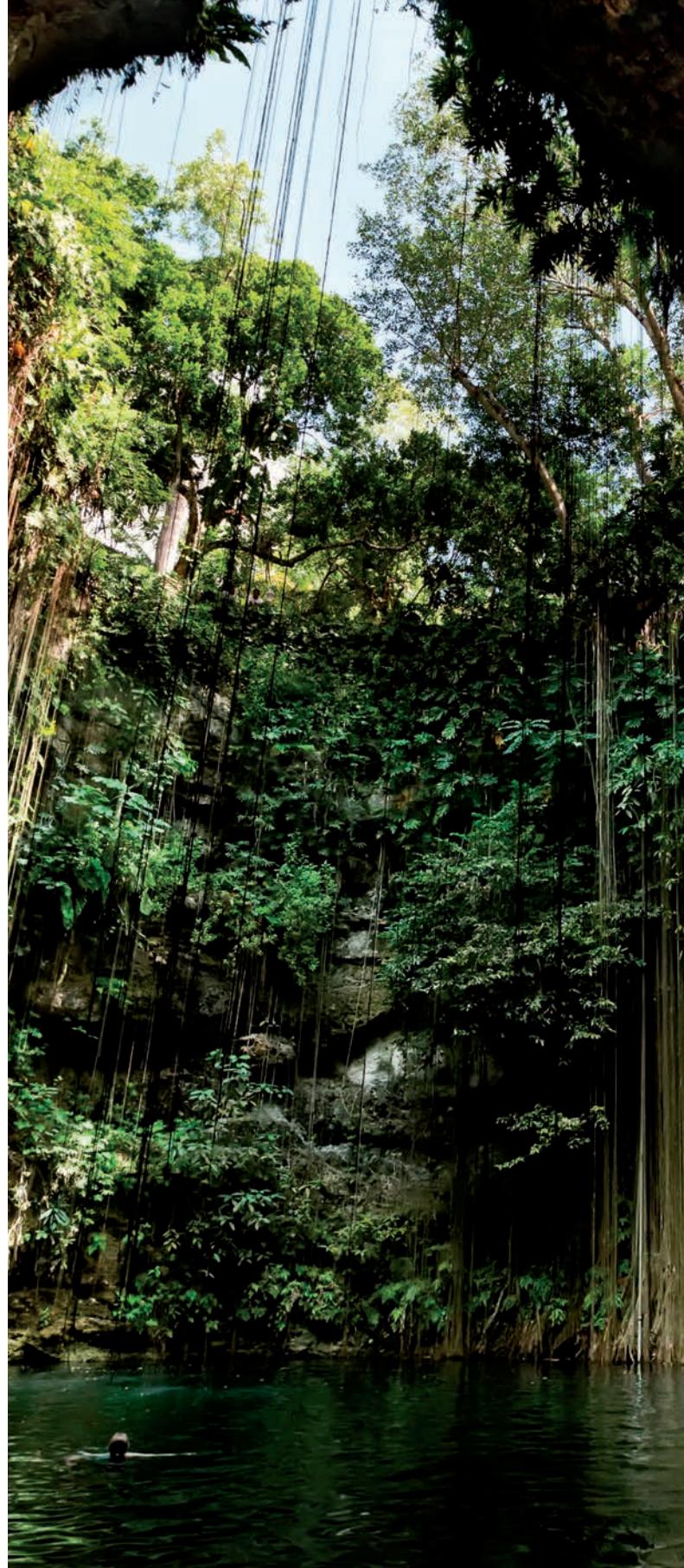
YUCATAN

20°37'53"N 87°04'23"O

Where // Dónde: Mexico. // México.

The cenote Ik Kil is one of the most spectacular places in Yucatan, and the perfect spot to cool off after visiting the archaeological sites of Chichen Itzá or Ek Balam. Surrounded by vegetation, a curtain of vines falls to the water from the top like a green cascade, giving it a magical appearance. There are an estimated 7,000 cenotes in the Yucatan Peninsula. They were sacred places for the Mayans, where they performed all kinds of rituals to honor their gods.

ESP. El cenote Ik Kil es uno de los lugares más espectaculares de Yucatán. Es perfecto para refrescarse después de visitar la zona arqueológica de Chichen Itzá o Ek Balam. Se encuentra rodeado de vegetación y desde lo alto y hasta el agua caen gran número de lianas en forma de cascada que dan al lugar un aspecto mágico. Se estima que en Yucatán hay más de 7.000 cenotes y para los Mayas fueron lugares sagrados donde realizaban todo tipo de rituales para honrar a los dioses.





by Mafalda Ortiz

The Palladium Hotel Group has resorts on both coasts of Mexico, the Caribbean and the Pacific: five-star hotels from the Riviera Maya, near Playa del Carmen, to Riviera Nayarit, next to Puerto Vallarta. / **ESP.** Las dos costas de México, la de Caribe y la del Pacífico, disfrutan de resorts de Palladium Hotel Group. Hoteles de cinco estrellas que se reparten entre Riviera Maya, muy cerca de Playa del Carmen, y Riviera Nayarit, junto a Puerto Vallarta.

In the Dominican Republic, the Palladium Hotel Group has a luxury resort in Punta Cana comprised of four 5-star hotels facing a beach with turquoise waters. / **ESP.** Palladium Hotel Group cuenta en República Dominicana con un resort de lujo en Punta Cana con cuatro lujosos hoteles de cinco estrellas frente a una playa de aguas turquesas.



PUNTA CANA

18°30'37"N 68°22'10"O

Where // Dónde: Dominican Republic. // República Dominicana.

The Costa del Coco ("Coconut Coast") is a 60-kilometer stretch along the easternmost shore of the Dominican Republic, full of immense beaches with coconut palms and warm waters full of coral. And year after year, Playa Bávaro continues to be ranked among the best beaches in the world. Thanks to excellent infrastructures, travelers can practice all kinds of water sports and enjoy a few days of rest without a care in the world.

ESP. La Costa del Coco recorre 60 kilómetros de la parte más al este de República Dominicana. Aquí se extienden inmensas playas con cocoteros y aguas templadas habitadas por corales. Las de Punta Cana y Bávaro continúan año tras año ocupando los primeros puestos de las listas de los mejores arenales del mundo. Las buenas infraestructuras permiten a los turistas disfrutar de todo tipo de actividades acuáticas y pasar unos días de descanso sin necesidad de preocuparse por nada.



MADRID

40°25'08"N 3°41'31"O

Where // Dónde: Spain. // España.

Madrid has the stately atmosphere of a big capital, thanks to ministry buildings and the headquarters of other important government institutions, joined by major museums such as the Prado and the Thyssen-Bornemisza. Gran Vía is one of its main thoroughfares, always full of life. A stroll through the neighborhoods of Malasaña, Huertas, Salamanca and the so-called "Barrio de las Austrias" (Hapsburg Madrid) is a must for all those who visit the city.

ESP. Madrid tiene la majestuosidad de una gran capital. Los edificios ministeriales y de las altas instituciones de España le dan un señorío especial, que completan grandes museos como El Prado o el Thyssen-Bornemisza. Gran Vía es una de las principales arterias de la ciudad, siempre viva y con un magnífico ambiente. Un paseo por los barrios de Malasaña, Huertas, Salamanca y toda la zona de los Austrias es algo imprescindible para todos aquellos que visiten Madrid.



The Palladium Hotel Group has two hotels in Madrid: Ayre Gran Hotel Colón and Only You Hotel & Lounge Madrid. / ESP. Ayre Gran Hotel Colón y Only You Hotel & Lounge Madrid, todos de cuatro estrellas, son la oferta hotelera de Palladium Hotel Group en Madrid.



by Jimmy Navarro



In Campo Felice Di Roccella travelers are sure to have an unforgettable stay at Fiesta Hotel Athènee Palace and Fiesta Hotel Garden Beach, two four-star hotels operated by the Palladium Hotel Group. / **ESP.** En Campo Felice Di Roccella, los huéspedes pueden pasar unos días inolvidables en Fiesta Hotel Athènee Palace y Fiesta Hotel Garden Beach, dos hoteles de cuatro estrellas de Palladium Hotel Group.



SICILY

38°07'00"N 13°22'00"E

Where // Dónde: Italy // Italia.

The town of Erice was built on Monte Giuliano, 751 meters above sea level. Its cobblestone streets exude a medieval air. Erice has many typical Sicilian features, with a Norman castle, Moorish-style homes built around a central courtyard, a wide variety of sweets and beautiful puppets. It can be reached by funicular or car, zigzagging for about 14 kilometers along a road with fantastic panoramic sea views.

ESP. La localidad de Erice está construida en el Monte Giuliano, a 751 metros de altura sobre el nivel del mar. En sus calles empedradas se respira el medievo. Erice reúne muchos rasgos sicilianos, como un urbanismo normando, la organización árabe de la vivienda en torno al patio y un amplio abanico de dulces y preciosas marionetas. Se puede llegar en funicular o en coche zigzagueando durante unos 14 kilómetros por una carretera que tiene unas fantásticas panorámicas del mar.



“WE WANT TO TURN OUR

“QUEREMOS CONVERTIR A

GUESTS INTO

NUESTROS CLIENTES EN FANS”

LIFELONG FANS”

by Carlos Adame | photos Ana Lui





INTERVIEW WITH **SERGIO ZERTUCHE VALDÉS**

ENG | ESP

Sergio Zertuche Valdés (born in Saltillo, Mexico, 1980), married (he met his wife in the company) and the father of one child, is talkative, friendly and empathetic. And he oozes with enthusiasm when he talks about what he does—but above all, has yet to do—at the Palladium

Hotel Group. On the short- and mid-term, the future looks “exciting” for this engineer who took his first steps in the company on February 14, 2008. He started out in Riviera Maya, in the operations department of this important hotel complex, with the goal of becoming the manager of one of the group’s establishments.

But there were other, much more exciting things in store for him... and apparently, for the holding company as well. In July 2014 he became corporate sales director, after having been in charge of Palladium Travel Club for almost five years.

Sergio Zertuche Valdés (Saltillo, México, 1980), casado (conoció a su esposa en la empresa) y con un hijo, tiene verbo fácil, resulta próximo y empático y derrocha entusiasmo cuando relata qué hace, pero sobre todo qué tiene que hacer en Palladium Hotel Group. El futuro a corto y medio plazo se presenta “ilusionante” para este ingeniero que dio sus primeros pasos en la empresa el 14 de febrero de 2008. Empezó en Riviera Maya, en el área de operaciones de este importante complejo turístico, con el objetivo de convertirse en director de alguno de los hoteles de la empresa. El futuro le deparó otro camino mucho más fructífero. Para él y, por lo que parece, también para el holding. En julio de 2014 se incorporó a su puesto de director comercial corporativo, después de haber dirigido durante casi cinco años el Palladium Travel Club.



INTERVIEW WITH
**SERGIO
ZERTUCHE
VALDÉS**

ENG | ESP

What are your goals on the short- and mid-term? Your predecessor racked up three years of sales growth...

Juanjo did an excellent job, there's no doubt about that. Yet I think that his entire team was responsible for that change, all that progress. Luckily for me, I still have that same team.

In 2015 we just wrapped up a record season in Ibiza, where we've increased turnover by 24% with respect to the previous year. That has been due to the consolidation of the Hard Rock product and above all White Island, a hotel that used to have three stars, which we opened this year as an all-inclusive five-star establishment. What's more, the average price has gone up 19%. As for the Caribbean, by the end of October we already surpassed the figures from 2014. All this has been thanks to a good strategic planning of a combination of markets.

How did you do it?

When I got here, I told my team that the way I see it, we needed to be a lot like a football team. Before, all the sales executives were asked to play forward and try to score a goal. But when everyone's a striker, there is no teamwork because the first one to score is going to win, the one who sells all the beds, regardless of what price he sold them for and in what markets. Now they all have their role, which dictates which destination and in which month they have to be forwards, and in which months they have to play midfield or defense.

And all of this is orchestrated by a coach, which is me.

You must have more objectives...

Of course, lots of them. The main ones include focusing our efforts on getting the most out of our inventory of rooms, increasing the recognition of our brands and continuing to hone our marketing strategy, based on product differentiation

and direct sales. Personally, I strongly believe in a healthy combination of channels and markets. Increasing direct sales is one of our big objectives over the next five years.

How have direct sales evolved at the Palladium Hotel Group?

Since 2012 we've increased direct sales 340%, through our web and call center.

Has that got to do with the fact that you've upgraded many of your hotels to 5 stars?

Definitely. In fact, one of the advantages of going from three to five stars is that it allows us to move toward a more direct, online distribution, which means a better return for the company. Three-star hotels are usually dominated by tour operators. It's a huge advantage, because by converting hotels to a higher category, the sales distribution model totally changes.

And it allows you to create customer loyalty.

That's right. Because now we're the ones who are

¿Qué objetivos tiene a corto y medio plazo? Su antecesor en el cargo acumuló tres años de crecimiento de ventas...

Sin duda Juanjo hizo un excelente trabajo. Sin embargo, creo que todo su equipo en general fue el protagonista de dicho cambio, de tanta evolución. Para mi buena suerte, sigo contando con el mismo equipo. Este 2015 cerraremos una temporada récord en Ibiza, donde hemos incrementado un 24% la facturación respecto al año pasado. Por la consolidación del producto Hard Rock y sobre todo por el White Island, un hotel que era de tres estrellas y que hemos abierto este año como cinco estrellas todo incluido. Además, el precio medio se ha incrementado en un 19%. Y en cuanto al Caribe, en octubre ya superamos los números del ejercicio de 2014. Todo esto ha sido gracias a una buena planificación estratégica de mezcla de mercados.

¿Cómo lo han hecho?

Cuando llegué le expliqué a mi equipo que mi manera de ver las cosas es parecida a cómo funciona un equipo de fútbol. Antes, a todos los directivos comerciales se les pedía que jugaran como delanteros e intentasen meter gol. Pero cuando todos son delanteros no hay trabajo en equipo porque ganará el primero que marque, el que venda todas las camas, con independencia del precio al que las haya vendido y en qué mercados. Ahora, todos tienen su rol, que les marca qué destino y en qué mes deben ser delanteros, en qué mes tienen que bajar a la media y cuándo tienen que ser defensas. Y todo orquestado por un director técnico, que soy yo.

Tendrá más objetivos...

Claro, muchos. Entre los principales que le podría citar está que estamos focalizando nuestros esfuerzos en sacar el mejor rendimiento al inventario de habitaciones que tenemos, en incrementar el reconocimiento de nuestras marcas y en seguir consolidando nuestra estrategia comercial apoyada en la diferenciación del producto y la venta directa. Personalmente, creo mucho en una mezcla sana de canales y mercados. Incrementar la venta directa es uno de nuestros grandes objetivos a cinco años vista.

¿Cómo ha evolucionado la venta directa en Palladium Hotel Group?

Desde 2012 hemos incrementado la venta directa en un 340%, a través de la web y el call center.

¿Tiene algo que ver el hecho de que hayan subido a cinco estrellas gran parte de su planta hotelera?

Desde luego. De hecho, una de las ventajas que también aporta este cambio de productos de tres a cinco estrellas es



ENG | ESP

understanding and learning our clients' needs. Tour operators often jealously guard the purchase behavior of their clients.

That policy of upgrading hotels that is proving so beneficial... will you apply it to other destinations?

That policy was implemented above all in Ibiza, where there were more three-star hotels. In the Caribbean, all our complexes have 5 stars, operating under the Grand Palladium brand. That's why we decided to rebrand the Fiesta Hotel Group as the Palladium Hotel Group. How important the latter has become in the Caribbean, thanks to the five-star hotels, has been really impressive. In fact, over 60% of the EBITA (earnings before interest, taxes and amortization) of the hotel division comes from the Caribbean.

That market allowed the group to grow decades ago...

Exactly. In the Caribbean, we operate 12 months out of the year, and it's the market that makes the biggest contribution to the balance sheet. Ibiza is hot and it's got six very big, dynamic, stressful months. But we mustn't forget that the wheel has to keep on turning year-round.

This transition has also involved a major change in terms of professionalization.

Yes, it has. All departments have made a huge effort to professionalize our processes more. For years now, we've been focused on analyzing our decisions better and above all, on using standardized processes that allow us to keep on moving forward.

And now?

We're focused on targeting American clients.

que permite migrar hacia una distribución más directa y online, reportando mejores rendimientos a la empresa. Los hoteles de tres estrellas suelen ser muy turoperados. Es un gran beneficio porque al reconvertir hoteles, el modelo de distribución comercial cambia totalmente.

Y les permite fidelizar al cliente.

Correcto. Porque ya somos nosotros los que estamos entendiendo y aprendiendo las necesidades de nuestros clientes. A veces el turoperador guarda con mucho celo el comportamiento de compra de sus clientes.

Esa política de reconversión de hoteles que tantos beneficios está dando, ¿se aplicará en otros destinos?

Esa política se hizo sobre todo en Ibiza, donde había más hoteles de tres estrellas. En el Caribe, todos nuestros complejos son de 5 estrellas operando bajo la marca Grand Palladium. Por tal motivo, en su momento decidimos pasar de la marca Fiesta Hotel Group a Palladium Hotel Group. La relevancia que ha cogido esta última marca en el Caribe, gracias a los hoteles de cinco estrellas, ha sido impactante. De hecho, más del 60% del Ebitda (las ganancias antes del interés, del impuesto y de la amortización) de la división hotelera proceden del Caribe.

Este mercado permitió al grupo crecer hace décadas...

Exacto. En el Caribe operamos doce meses y es el mercado que más aporta a la cuenta de resultados. Ibiza está de moda y tiene seis meses muy potentes, dinámicos y de mucho estrés. Pero no nos olvidemos de que la rueda no puede dejar de girar los 12 meses del año.

En esta transición hay también un cambio importante en

INTERVIEW WITH
**SERGIO
ZERTUCHE
VALDÉS**

ENG | ESP

Why?

For two reasons. First, because it's a strategic market for us, and we want it to keep on growing. But most importantly, because we believe that the American market is very demanding and we're convinced that if we can please them, we can please the rest of the markets. We've been working on it very hard for a year and a half now.

How do make such demanding customers loyal?

We're improving our product a lot, totally updating the food and drink options and improving the restaurants and services such as room service, which was previously only offered in the Royal Suites and is now available in every room of our Grand Palladium hotels... We've also added waiter service

at the main pools, we make sure to keep the rooms and restaurants air conditioned at the perfect temperature, we've improved the WiFi networks of our hotels and we always try to give our clients a unique "Palladium" experience that will make them remember us and come back year after year.

Another way to make customers loyal...

It's in our DNA. A year ago, all the company's executives got together to redefine our strategy... It's all about making clients fans.

That's a bold statement...

Behind that simple phrase lies customer loyalty... showing clients such a good time that they come back. The way we see it, a fan is a client who comes back.

But you have to offer them something really good for them to do that...

We have to offer a unique, differentiated experience. That's the big challenge! Since everything that customers expect doesn't make them loyal... that's where the romantic part comes in, the part that I like to emphasize.

What is your forecast for this year?

Right now we have a very ambitious budget. This year we've invested 20 million on the Jamaica complex and another 16 million on the Hotel Palladium Palace in Bávaro (Dominican Republic).

All this obliges us to seek two-digit growth.

Tell us about some of your most exciting new projects.

We've opened a Hard Rock Tenerife, a major project with 624 rooms. And we're taking a gamble again, like we did back in Platja d'en Bossa, by entering an area that's already mature.

We hope it pays off, but I'm really confident that it will. As for Ibiza, Hotel Palladium Palmyra and Hotel Palladium Cala Llonga will become all-inclusive. •



la tecnificación del trabajo.

Sí, es cierto. Todos los departamentos hemos hecho un gran esfuerzo por profesionalizar más nuestros procesos. Desde hace unos años nos hemos centrado en analizar mejor nuestras decisiones y sobre todo en valernos de procesos estandarizados que nos permitan seguir avanzando.

¿Y ahora?

Estamos centrados en orientar nuestro producto hacia el cliente americano.

¿Por qué?

Por dos razones. Primero, porque es un mercado estratégico para nosotros y queremos que siga creciendo. Pero sobre todo, y más importante, porque creemos que el mercado americano es muy exigente y estamos



THE SURVEY EL CUESTIONARIO

**1 A childhood memory /
ESP. Un recuerdo de la infancia**

Tennis. I've been played since I was six years old.
/ ESP. El tenis. Jugué desde los seis años.

2 A film / ESP. Una película

'Life is Beautiful'. **/ ESP.** 'La Vida es Bella'.

3 A place to escape to / ESP. Un rincón para perderse

I think to the mountains

outside my city, Arteaga (Mexico). **/ ESP.** ¡Uf! Creo que en la sierra de mi ciudad, Arteaga (México).

4 A song / ESP. Una canción

'My Way', by Frank Sinatra.
/ ESP. A mi manera'. ('My way', de Sinatra).

5 A smell / ESP. Un olor

The smell of my son, the smell of babies (his eyes light up). **/ ESP.** El de mi hijo, el de bebé (se le encienden los ojos).

| ESP

convencidos de que si somos capaces de agradarle, por extensión podremos dejar contento al resto de mercados. Llevamos año y medio trabajando muy, muy duro en ello.

¿Cómo se logra fidelizar a un mercado tan exigente?

Estamos mejorando mucho nuestro producto, dándole una vuelta tremenda a toda la oferta de alimentos y bebidas, hemos mejorado muchísimo los restaurantes y servicios como el room service, que antes sólo se ofrecía en los hoteles Royal Suites y ahora se ofrece también en todas las habitaciones de los hoteles Grand Palladium. También hemos añadido servicio de camareros en las albercas principales, nos aseguramos de mantener la temperatura óptima del aire acondicionado en las habitaciones y restaurantes, mejoramos la infraestructura wifi de nuestros hoteles y buscamos que nuestros clientes tengan una experiencia "Palladium" única que les haga recordarnos y regresen año tras año.

Otra manera de fidelizar...

Lo llevamos en el ADN. Hace un año nos reunimos todos los directivos de la empresa para redefinir la estrategia... Se trata de convertir clientes en fans.

Muy atrevido...

Detrás de esta frase tan sencilla está implícito fidelizar, el hecho de cautivar a los clientes para que repitan. Entendemos que un fan es un cliente que repite.

Para ello deben ofrecer algo realmente bueno.

Para lograrlo tenemos que ofrecer una experiencia única, diferenciada. ¡Ahí es donde está el gran reto! Ya que todo lo que es esperado... ¡No fideliza! ¡Ahí es donde entra la parte romántica que a mí me gusta destacar!

¿Qué previsiones manejan para este año?

A día de hoy ya contamos con un presupuesto muy ambicioso. Este año hemos invertido 20 millones en el complejo de Jamaica y otros 16 millones en el Hotel Palladium Palace de Bávaro (República Dominicana). Todo esto nos obliga a buscar un crecimiento de dos dígitos.

¿Y la mayor novedad?

Sí, tenemos que gritar al mundo que abrimos un Hard Rock Tenerife, un proyecto importantísimo de 624 habitaciones. ¡Y volvemos a arriesgarnos como ya lo hicimos en Platja d'en Bossa reconvirtiendo una zona que está madura! Esperemos que nos salga bien la jugada, pero estoy muy confiado. En cuanto a Ibiza, Hotel Palladium Palmyra y Hotel Palladium Cala Llonga operarán bajo el régimen de all inclusive. •



Slow Life

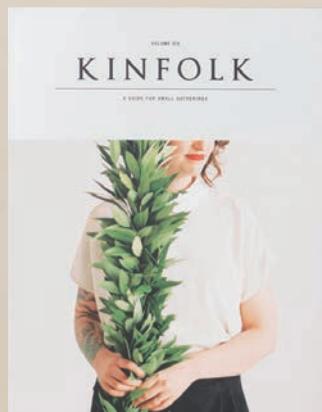
Or the return to a quiet world

by SIRA LEBÓN

Social networks such as Instagram and Pinterest are talking about it in every image: organic food, products made using traditional methods, quiet spaces, homes—not just houses—and little pleasures as the reflection of a new, less hurried approach to life. Luckily, the Slow Life phenomenon is not just another passing trend. It's a new philosophy of life that stresses the honesty of products that respect natural production processes and the people who make them, which are—unlike industrialized goods—full of virtues. We no longer want fast food or clothes that go out of style each season. No one likes to spend their negligible amount of free time combing the aisles of a supermarket to choose a box of cereal. And those who can move far away from the gray cloud of pollution in the sky of our cities that we've formed with our brand-new vehicles. The romance is over. And the globalized world that served us up a rose-colored life on a silver platter is no longer convincing; it's simply not healthy. Especially now that we know its impact on the planet and the dark exploitation that fuels it.



It's time slow
down in life. / **ESP.**
Toca restarle prisa
a la vida.



That's why thanks to the new trend of more ethical, responsible consumption, brands like Zady are revolutionizing the fashion market as the polar opposite of big chains. Their pieces are attractive, timeless and well-made, because they rely on good small suppliers. They design with people's well-being in mind, not what is fashionable today or tomorrow, and adapt to the pace and costs of local production. Meanwhile, spaces are also transforming: architecturally it's time for a change to promote community living and to overcome the lonely, individualistic existence of such a fast-paced lifestyle. Another example of this change are co-ops, which are growing as more and more people rediscover the value of seasonal produce. All this awareness for things well made is spreading, and gradually ousting, a cheap world of plastic. Thus, magazines like Kinfolk draw inspiration from this Slow spirit to design beautiful pages full of stories and projects by people who want to slow down the world, from intellectuals to designers and architects. It's time to stop, think and slow down in life. •

ESP. SLOW LIFE O EL RETORNO A UN MUNDO TRANQUILO. Redes Sociales como Instagram o Pinterest hablan de ello en cada imagen: comida verde, productos artesanales, espacios tranquilos, hogares –no solo casas– y pequeños placeres con los que deleitarse, como opciones de una nueva filosofía de vida más pausada. Por suerte, la nueva corriente Slow Life no es una tendencia pasajera más. Este nuevo modo de ver la vida incide en la honestidad de unos productos que respetan los procesos naturales de fabricación y a sus fabricantes y que, frente a la oferta industrializada, demuestran enormes bondades. Ya no queremos comida rápida, ni prendas de moda que caducan cada temporada. A nadie le gusta invertir su irrisorio tiempo libre en recorrer los metros de un supermercado para elegir un paquete de cereales. Y aquel que puede, emigra lejos de la nube gris contaminante que hemos formado en el cielo de nuestras ciudades desde nuestros flamantes vehículos. El romance ha terminado. Y el mundo globalizado que nos sirvió en bandeja una vida rosa, chisporroteante como la Coca Cola, ya no convence, no es sano. Más a sabiendas de su impacto sobre el planeta y de la oscura explotación que esconde detrás. Por eso, y gracias a la nueva corriente de un consumo más ético y responsable, firmas como Zady revolucionan el mercado de la moda, en el extremo opuesto a las gigantes cadenas. Sus prendas son placenteras, atemporales y tienen calidad porque se sirven de buenos y pequeños proveedores. Diseñan pensando en bienestar, no en qué se lleva hoy y mañana, y producen a los ritmos y costes reales de la fabricación local. Por otra parte, los espacios se transforman: en cuestiones de arquitectura toca reinventarse, para fomentar la vida en comunidad, y vencer la soledad y la vida individualista a las que el veloz ritmo de vida nos somete. Otro ejemplo del cambio son los Grupos de Consumo, que crecen mientras los productos de temporada recuperan su verdadero valor. Toda esta conciencia por lo bien hecho se expande y desbanca, poco a poco, a un barato mundo de plástico. Y así, revistas como Kinfolk encuentran el caldo de cultivo, en este espíritu Slow, para diseñar páginas preciosas con las historias y proyectos de esos que quieren poner freno al mundo: intelectuales, diseñadores, arquitectos... Toca parar, pensar y restarle prisa a la vida. •

Books

Long live reading

MARICELA MALDONADO, PALLADIUM HOTEL GROUP'S MARKETING MANAGER FOR THE CARIBBEAN, TELLS US HOW READING ENRICHES HER EVERYDAY LIFE. THE LOBBY OF ROYAL SUITES RIVIERA MAYA IS THE SPOT ON THE RESORT WHERE SHE WOULD LOSE HERSELF IN A GOOD BOOK.

by **JIMMY NAVARRO**

Larga vida a la lectura

Maricela Maldonado, Marketing Manager Caribe de Palladium Hotel Group, nos cuenta qué le aporta la lectura a su vida diaria. El Lobby de Royal Suites de Riviera Maya es el rincón del resort donde se perdería en un buen libro.

'The Little Prince' by Antoine de Saint-Exupéry is the book that has marked the life of Maricela Maldonado, Palladium Hotel Group's Marketing Manager for the Caribbean. "I read it when I was a little girl and it was full of magic and adventures. Several years later I reread it and had the feeling that it was a completely different book, full of life lessons and a much deeper meaning," she tells us. Maldonado loves novels, but now she's opting for books about business that help her grow professionally. 'Star Brands' and 'Brand Strategies' are currently on her nightstand. "Reading teaches me new things and gives me different perspectives on life." Long live reading! •

ESP. El Principito de Antoine de Saint-Exupéry es el libro que le ha marcado la vida a Maricela Maldonado, Márketing Manager Caribe de Palladium Hotel Group. "Cuando era pequeña lo leí y tenía un significado lleno de magia y aventuras. Varios años después lo releí y tuve la sensación de que se trataba de un libro completamente diferente, lleno de lecciones de vida y con un significado mucho más profundo", nos cuenta. Le encantan las novelas, pero ahora se decanta por lecturas enfocadas a los negocios que le ayudan a desarrollarse profesionalmente. 'Star Brands' y 'Brand Strategies' están en su mesilla de noche. "La lectura me aporta nuevos conocimientos y perspectivas distintas de ver la vida". Larga vida a la lectura. •



© Gonzalo Castro

Maricela in the lobby of Royal Suites Riviera Maya, a cozy place with a somewhat minimalist décor. / **ESP.**
Maricela está en el Lobby de Royal Suites de Riviera Maya, lugar acogedor de decoración un tanto minimalista.



1

1 Rogue Lawyer

John Grisham
Doubleday

The attorney Sebastian Rudd is a "lone gunman" who hates injustice and the system and defends unpopular clients.

El abogado Sebastian Rudd es un "pistolero solitario" que odia las injusticias y el sistema y defiende a clientes impopulares.

2 The Crossing

Michael Connelly
Little, Brown

The retired detective Harry Bosch reluctantly agrees to help his half brother, a defense attorney, and his investigations lead him inside the L.A.P.D.

El detective retirado Harry Bosch acepta a regañadientes a ayudar a su medio hermano, un abogado defensor, y sus investigaciones le llevan al Departamento de Policía de Los Ángeles.

2

3

3 The Promise

Robert Crais
Putnam

The Los Angeles P.I. Elvis Cole joins forces with the K-9 officer Scott James of the L.A.P.D. and his German shepherd, Maggie, as well as his partner, Joe Pike, to foil a criminal mastermind.

El Inspector de Policía de Los Ángeles, Elvis Cole, une fuerzas con el oficial K-9 Scott James del Departamento de Policía de Los Ángeles, su pastor alemán Maggie y su compañero Joe Pike para desbaratar una trama criminal.

4 Crimson Shore

Liane Douglas Preston and Lincoln Child
Grand Central

In the 15th thriller featuring the F.B.I. agent Aloysius Pendergast, a crime in a quaint Massachusetts town may be connected to rumors of a colony of witches who settled there after the Salem trials.

Es la 15 novela de suspense protagonizada por el agente del F.B.I. Aloysius Pendergast. Un crimen en una pequeña aldea de Massachusetts podría estar relacionado con los rumores sobre una colonia de brujas que se asentó aquí después de los juicios de Salem.

4

5

5 Los besos en el pan

Almudena Grandes
Tusquets

'Los besos en el pan' es una comovedora novela sobre nuestro presente. ¿Qué puede llegar a ocurrirles a los vecinos de un barrio cualquiera en estos tiempos difíciles? ¿Cómo resisten a los embates de una crisis?

'Los besos en el pan' (Kisses in the Bread) is a moving novel about our present. What can happen to the residents of an ordinary neighborhood in these hard times? How do they withstand the blows of the financial crisis?

6 El último adiós

Kate Morton
Suma

Los padres del pequeño Theo nunca olvidarán la noche de 1933 en que tuvo lugar la Fiesta de Verano. Esa fatídica noche desapareció el niño sin dejar ni rastro.

Baby Theo's parents will never forget Midsummer's Eve of 1933. That fateful night, the child disappeared without a trace.

6

7

7 La gran brecha

Joseph E. Stiglitz
Taurus

La desigualdad es evitable, es cuestión de políticas y estrategias. Una gran brecha separa a los muy ricos de los demás, y esa desigualdad, hoy en el centro del debate económico, se ha convertido en una preocupación cada vez más acuciante.

Inequality is inevitable; it's a question of policies and strategies. A huge gap separates the very rich from everyone else, and that inequality—now at the center of the economic debate—has become a more and more pressing concern.

8 Adiós en azul

John D. MacDonald
Libros del Asteroide

Travis McGee vive en un yate que ganó jugando al póker. Solo trabaja cuando no tiene dinero y lo que pide es sencillo: te ayudará a recuperar lo que te han quitado siempre que pueda quedarse con la mitad.

Travis McGee lives on a yacht that he won in a poker game. He only works when he is broke and asks for something simple in return: he'll help you get back what's been taken away from you... as long as he can keep half.

Deluxe smartwatch in steel and leather.
/ ESP. Smartwatch de lujo en acero y cuero.

by CARLOS RISCO

Google Chromecast
Audio //
www.google.com / 39€

Wireless hub to stream music from your mobile or PC to an external speaker.

ESP. Hub inalámbrico para transferir música sin cables desde el móvil o el PC a un altavoz externo.



Beddit Sleep Tracker //
www.beddit.com / 99€

Placed between the bed-sheets, this device monitors our sleep patterns.



ESP. Colocado entre las sábanas de la cama, este dispositivo vigila nuestro sueño.



Technology for self-esteem

Design, muscle and charm make these new icons of multimedia society stand out. Here are the new gadgets you need to be admired.

ESP. TECNOLOGÍA PARA LA AUTOESTIMA. Diseño, músculo y 'charme' distinguen a los nuevos iconos de la sociedad multimedia. Éstos son los nuevos gadgets que necesitas para ser admirado.

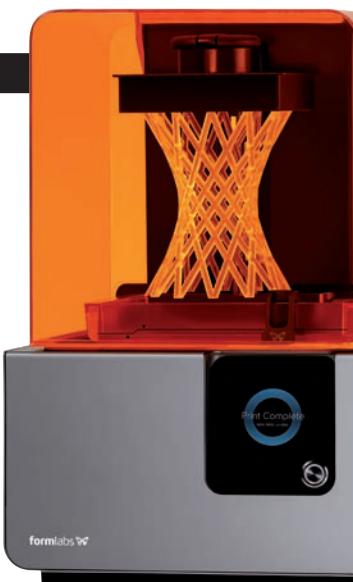
Apple iWatch Hermès // www.apple.com / 1.100€



Nike Air Mag //
www.nike.com

New version of self-lacing sneakers worn by Michael J. Fox in 'Back to the Future II'.

ESP. Nueva versión de las zapatillas dotadas con robocordones de atado automático utilizadas por Michael J. Fox en 'Regreso al futuro II'.



Formlabs Form 2 //
www.formlabs.com / 3.299€

Developed by MIT engineers, this 3D printer brings professional features to the mainstream public.

ESP. Impresora 3D desarrollada por ingenieros del MIT que ofrece al gran público prestaciones profesionales.

LG Rolly //
www.lg.com / 119€

Fold-up pocket keyboard for your smartphone. Its keys are almost the same size as those of desktop keyboards.

ESP. Teclado plegable de bolsillo para smartphone. Sus teclas son casi iguales a los teclados de escritorio.





**Eres una parte
de todo lo que te rodea.**

El equilibrio tiene nombre.

Muga
— RIOJA —

www.bodegasmuga.com



Functional and easy-going, the French guru has brought a breath of fresh air to the world of industrial design.
/ ESP. Funcional y desenfadado, el creador francés ha inyectado frescura en el diseño industrial global.

Philippe Starck, A 21st-CENTURY LEONARDO

by CARLOS RISCO

Subversive, ethical, eco-friendly, political, funny... Born in 1949 in Paris, French designer Philippe Starck has created his own brand with a highly personal vision of industrial design. A true Renaissance man, Starck has dabbled in everything from architecture with a capital A to everyday objects, imbuing them with poetry. "I don't try to make beautiful objects," he says, "I just invent things to make life better for my tribe." Yet his pragmatic side is illuminated by a sophisticated aesthetic concept, which makes icons out of everyday objects while taking environmental and philosophical consequences into account. With Starck objects take on a whole new dimension, becoming organic creatures with a life of their own.



10

Table Gun.
Table lamp.
/ ESP. Table Gun.
Lámpara de mesa (2005).

**9**

M.A.S.S., electric bicycle for Moustache Bikes. / ESP. M.A.S.S., bicicleta eléctrica para Moustache Bikes (2014).

**6**

Juicy Salif, juicer, for Alessi. / ESP. Juicy Salif, exprimidor, para Alessi (1991).

**3**

Watch for Richard Mille is sapphire and titanium. / ESP. Reloj para Richard Mille (2008), en zafiro y titanio.

**8**

Zik headphones for Parrot. / ESP. Auriculares Zik para Parrot (2012).

ESP. UN LEONARDO DEL SIGLO XXI.
Subversivo, ético, ecológico, político, humorístico, el diseñador francés Philippe Starck (París, 1949) ha creado una marca propia con una personalísima manera de entender el diseño industrial. Como un hombre del Renacimiento, Starck se ha ocupado desde la gran arquitectura hasta los objetos sencillos, transmitiéndoles connotaciones poéticas. “No trato de que sea un objeto bello” -asegura- sino que trato de diseñar de otra manera, para el beneficio del ser humano que lo use”. Así, sus diseños persiguen “mejorar la vida de la gente”. Sin embargo, su lado pragmático está iluminado por una altísima concepción estética, que convierte en ícono lo cotidiano y se ocupa además de las consecuencias ecológicas y filosóficas. Con Starck, los objetos cobran una nueva dimensión, elevados a seres orgánicos y con vida propia.

5

Icon chair/stool for Emeco. / ESP. Silla-taburete Icon para Emeco (2000).

**7**

Parrot design Zikmu wireless speakers. / ESP. Altavoz inalámbrico Zikmu, para Parrot (2012).

**4**

Le Nuage inflatable fitness center. Montpellier. / ESP. Le Nuage, edificio hinchable del bienestar. Montpellier (2014).

**2**

Asahi Beer Hall, Tokyo. Headquarters of the Japanese brewery. / ESP. Asahi Beer Hall, Tokio. Sede de la cervecería japonesa (1990).

**1**

Ramsés restaurant, Madrid. / ESP. Restaurante Ramsés, en Madrid (2010).

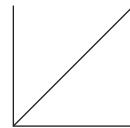


1.



2.

TRADITIONAL



Ceramic

Dishes with the soul of a painting

by SIRA LEBÓN



3.

You don't have to have the fortune of a Chinese emperor or be a lady in the French court to own beautiful dishware. Although porcelain and ceramic were once fine materials beyond the reach of most mortals, today –thanks to industrial production– their use has become widespread. Many contemporary artists have made dishes their own particular canvas. Thus, illustrations based on forms and colors from nature and designs inspired by the work or images of famous artists and actors have become all the rage. The result is so beautiful and original that it's inspired a whole new trend in home decor: now, works of art are ceding their natural space –walls– to creative mural compositions with designer dishes. •

1. Royal Delft (16th century) is the only remaining factory still producing the genuine Delft blue earthenware. It is constantly reinventing itself with modern designs, like the Miffy bunny collection. // Royal Delft (S. XVI) es la única fábrica de la mítica cerámica azul Delft de Holanda que permanece abierta. Se reinventa con diseños modernos como la colección del conejito Miffy.

www.royaldelft.com

2. Opera singer Lina Cavalieri is the face of the Italian firm Fornasetti. Barnaba Fornasetti keeps the legacy of her father Piero alive by reinventing his designs, recognized the world over as luxury items. // El rostro de la cantante de ópera Lina Cavalieri es un sello de identidad de Fornasetti. El italiano Barnaba mantiene vivo el legado de su padre Piero Fornasetti y reinventa sus creaciones, valoradas a nivel mundial como piezas de lujo.

www.fornasetti.com

3. Handmade, hand-painted dishware by Sargadelos is inspired by motifs from Galician culture. Made in Lugo, Galicia since the 19th century, it's a symbol of Spanish craftsmanship. // Las lozas elaboradas y pintadas a mano de Sargadelos se inspiran en motivos de la cultura gallega. La marca es un símbolo de artesanía española, fabricada en Lugo (Galicia) desde el S. XIX.

www.sargadelos.com



3.



4.



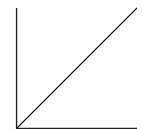
5.



6.



7.



MODERN DISHES

3. The French designer Natalie Lethe creates vintage pieces for children and the British designer Lou Rota draws animals. Their designs are both distributed by Anthropologie. // La francesa Natalie Lethe crea piezas infantiles *vintage* y la británica Lou Rota dibuja animales. Algunos de sus diseños los distribuye Anthropologie.
www.anthropologie.com

4. A ceramist, illustrator and photographer from Madrid, Nuria Blanco plays creates beautiful duos, trios and series with hand-drawn cacti, flamigos and fish. // Dibujante, fotógrafa y ceramista, la madrileña Nuria Blanco juega con la cerámica creando dúos, tríos y series preciosas, con cactus, flamencos y peces dibujados a mano.
www.vajillasbynuriablanco.com

5. Donna Wilson is a leader in children's designs. On her ceramics, she captures all the members of the family. // Donna Wilson es un referente en diseño infantil. En sus cerámicas retrata a todos los integrantes de la familia.
www.donnawilson.com

6. Artist and graphic designer José A. Aroda dedicates his printed plates to iconic artists, from Picasso and Hockney to Bowie and Sara Montiel. // José A. Aroda, artista y diseñador gráfico, dedica sus platos serigrafiados a iconos del arte. Desde Picasso y Hockney a Bowie o Sara Montiel.
www.josearoda.bigcartel.com

7. Two Argentineans are behind the kitsch images of the original dishes by Artefacto, printed with the faces of E.T. or Elvis. // Dos argentinos son los responsables de las imágenes de estilo *kitsch* de los originales platos de Artefacto, con E.T. o Elvis como protagonistas.
www.artefactomadrid.com

ESP. PLATOS CON ALMA DE CUADRO. Para tener una vajilla bella no hay que amasar la fortuna de un emperador chino ni ser una dama de la corte francesa. Si bien la porcelana y la cerámica han sido históricamente materiales nobles al alcance de pocos, hoy, gracias a la industria, se ha democratizado su uso. Muchos artistas contemporáneos han hecho de los platos su lienzo particular. Así, plasmar un universo creativo que pasa por la ilustración basada en formas y colores de naturaleza y por diseños que se inspiran en obras o rostros de íconos del mundo del arte o el cine está a la orden del día. ¿El resultado? Tan bello y original que ha provocado una tendencia decorativa: ahora, las obras de arte ceden su espacio natural, las paredes, a creativas composiciones murales con platos de diseño. •

RUNNING

RUNNING

TO START

PARA EMPEZAR

OFF THE

EL DÍA

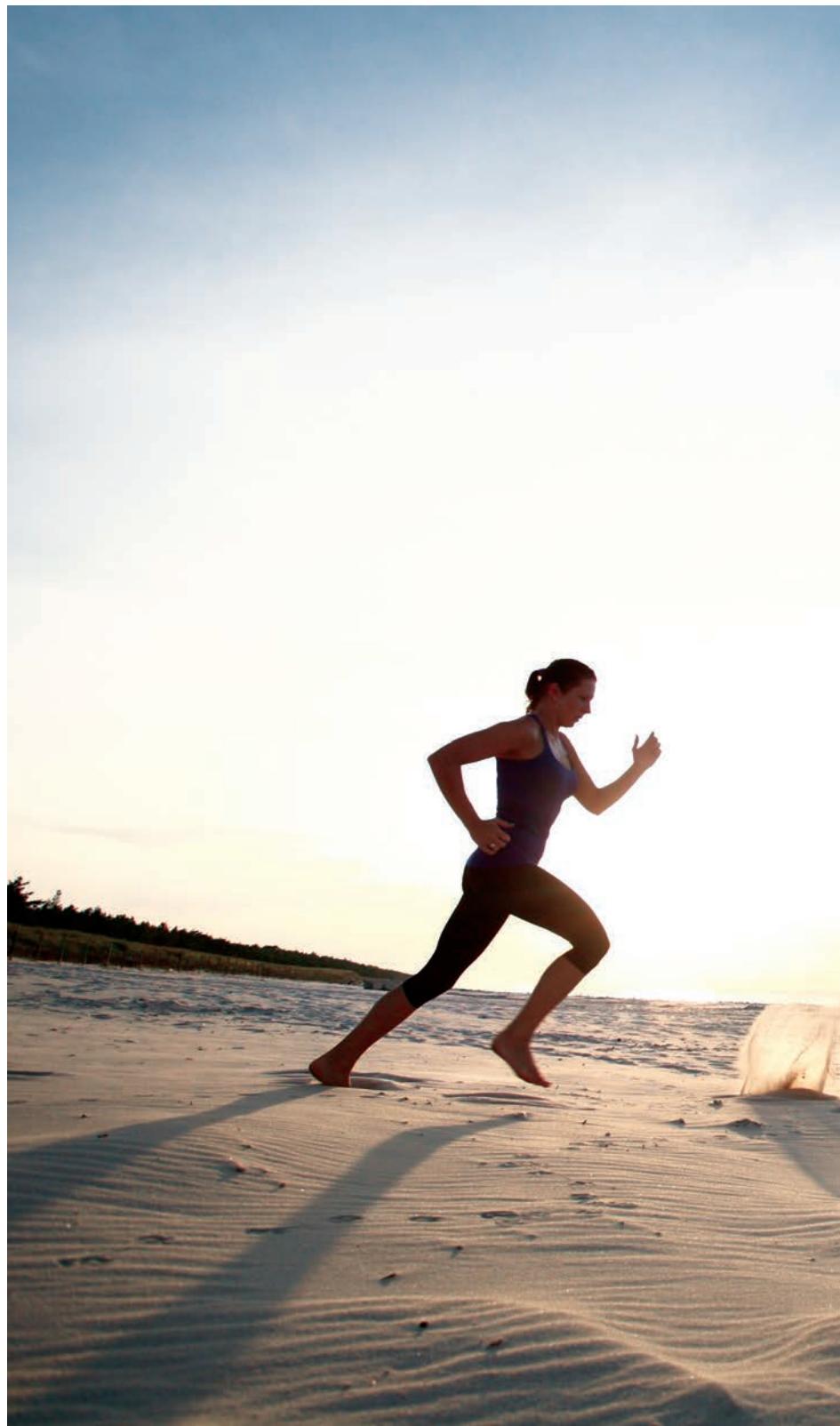
DAY

PALLADIUM RESORTS ORGANIZE MORNING RUNS WITH HIGHLY-QUALIFIED INSTRUCTORS.

/ ESP. LOS RESORTS PALLADIUM PROGRAMAN SALIDAS MATINALES DE RUNNING CON INSTRUCTORES ALTAMENTE CUALIFICADOS

by Mafalda Ortiz

Producing endorphins first thing in the morning is the perfect start to a great day. It's a well-known fact that they put you in a good mood. That's why Palladium Hotel Group's personal trainers have designed running circuits at our resorts. Guests are invited to go out early, around 7:30 am, to avoid the heat of Caribbean climates. A highly-qualified instructor accompanies runners on a circuit through the wildest parts of the complex, and runners enjoy the clean air of the gardens and the sea breeze while they exercise. Trainers correct guests' technique, clock their times and above all, encourage them to finish the circuit. There's no need to be a professional runner to take part. Everyone is welcome in the Jetlag Runner's Club.





Running outdoors is an amazing experience. /
ESP. Correr al aire libre produce magníficas sensaciones.

ESP. Fabricar endorfinas de buena mañana sólo puede augurar un feliz día. Ya se sabe que ponen de buen humor. Por eso, los entrenadores personales de Palladium Hotel Group han diseñado circuitos de running en los resorts. Invitan a los huéspedes a una salida temprana, a eso de las 7,30 horas, para evitar el calor de los climas caribeños. Un instructor altamente cualificado acompaña a los corredores por el circuito que recorre las áreas más salvajes del complejo. Los runners disfrutan del aire puro de los jardines y la brisa del mar mientras hacen ejercicio. Durante el recorrido, el entrenador guía a los huéspedes corrigiéndoles la técnica, tomando los tiempos y, sobre todo, animándoles a que terminen el circuito. No hace falta ser un corredor profesional para asistir a estas salidas. Todos son bienvenidos en el 'Jetlag Runner's Club'.



FACIALS WITH BABOR PRODUCTS IN THE WHEAT ROOM

All products used in facial treatments at Punta Cana are by Babor, a German brand sold in over 60 countries. It combines the finest natural ingredients with the most cutting-edge science and technology, resulting in high-quality products that guarantee exceptional results and optimum skin tolerance.

**FACIALES
MARCA BABOR
EN LA CABINA
EL TRIGO**

Todos los productos que se utilizan para los tratamientos faciales en Punta Cana son de Babor, marca alemana presente en más de 60 países. Su gama de cuidado combina los ingredientes naturales más finos con las tecnologías científicas más avanzadas dando como resultado productos de alta calidad que garantizan resultados excepcionales y con la mayor tolerancia para la piel.



MASSAGES TAKE ON A WHOLE NEW DIMENSION AT PUNTA CANA

by **MAFALDA ORTIZ**

Imagine getting a massage where essences, aromas and decoration accompany the experience. Now that's possible at Zentropia Spa Punta Cana, following the total renovation of its rooms, which are now themed. There are rooms inspired by coffee and cinnamon, water, butterflies, coral, snails, sunflowers, wheat, shiatsu... All kinds of options so that every guest will find an atmosphere that suits them for their massage. Special attention is given to brides-to-be who are going to say "I do" at the resort. For them, there's a special orchid room with a lovely combination of pink and white tones, where they receive a full treatment on one of the most important days of their lives.

MASAJES DE OTRA DIMENSIÓN EN PUNTA CANA. Imagina darte un masaje en el que las esencias, los aromas y la decoración acompañan la experiencia. Esto ya es posible en Zentropia Spa Punta Cana, tras la reforma integral de sus cabinas, que ahora son temáticas. Tienen la cabina del café y la canela, la del agua, de mariposas, corales, caracoles, girasoles, trigo, shiatsu... Diferentes opciones para que todo huésped encuentre su ambiente a la hora de recibir un masaje. Especial atención tienen las novias que dan el sí quiero en el resort. Para ellas está reservada la cabina de orquídeas, con una bella combinación de colores rosa y blanco, en la que reciben un tratamiento especial en uno de los días más importantes de su vida.

Dr. R. Tomás

Dr. Rafael Thomas, a dermatologist, has his clinic in Ibiza. / **ESP.** El doctor Rafael Tomás, dermatólogo, tiene su clínica en Ibiza.

PHOTOTHERAPY: WHEN COLOR IMPROVES THE SKIN

by MAFALDA ORTIZ

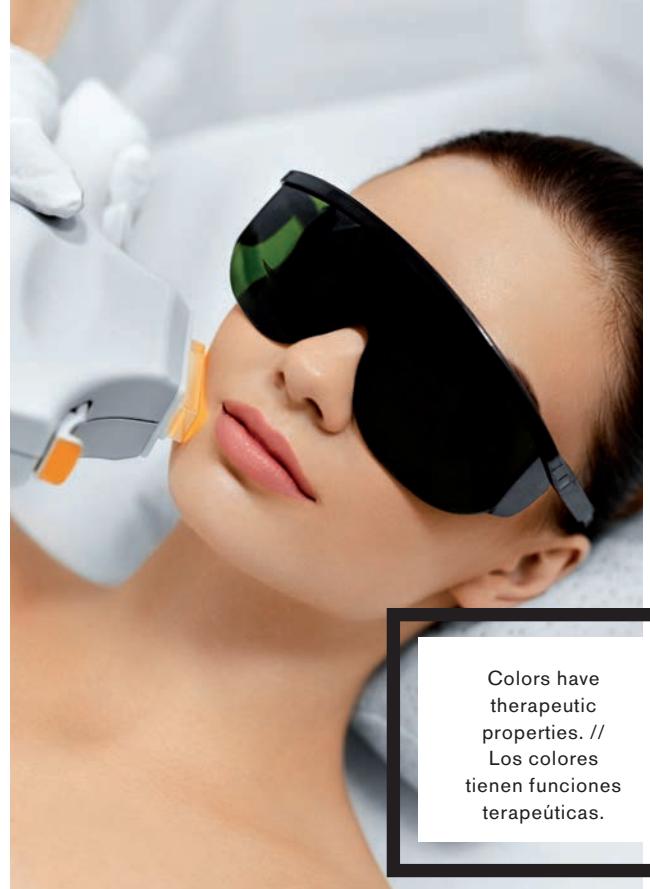
One of the most interesting new techniques in skin treatment systems is phototherapy, which uses energy deposited in the skin by lamps with thousands of different colored LED lights. Dermatological phototherapy relies on concepts such as wavelength, which allows us to know the depth and penetration capacity of each color in the skin; light energy emitted; and the transmission and absorption of colored lights depending on the layer of the skin. They're very simple, safe, pleasant treatments. Wearing opaque glasses, the patient lies comfortably on a bed and listens to music during the session, which lasts for 15 or 20 minutes. Devices with screens with thousands of LED lights in red, blue, yellow and infrared offer many possibilities to treat, or combine with other treatments, clinical skin problems and especially, cosmetic issues. Here are the benefits of different colors on the skin in phototherapy:

RED: Promotes the formation of collagen, reduces hyperpigmentation, helps heal wounds, prevents dehydration, smooths the skin, improves circulation. Used to get rid of acne, spots and ulcers as well as in rejuvenation treatments.

BLUE: It mainly has an anti-inflammatory, antibacterial effect. The best color to be used following aggressive treatments such as peels, dermal fillers and lasers. Its possibilities are multiplied when combined, or alternated, with red.

YELLOW: Improves lymphatic and blood circulation at the same time. Thus, it really helps improve many dermatological and dermocosmetic processes.

INFRARED: Antiphlogistic, it promotes collagenesis and its structure and helps heal wounds.



Colors have therapeutic properties. // Los colores tienen funciones terapeúticas.

ESP. FOTOTERAPIA, CUANDO EL COLOR MEJORA LA PIEL. Una de las más interesantes novedades en los sistemas de tratamiento dermatológico es la fototerapia, una técnica en la que se utiliza la energía que depositan en la piel lámparas digitalizadas con miles de leds de distintos colores. En fototerapia dermatológica se utilizan conceptos como la longitud de onda, que permite saber la profundidad y capacidad de penetración de cada color en la piel; la energía lumínica emitida; y la transmisión y absorción de las luces de colores en según qué capas de la piel. Son sistemas de tratamiento muy sencillos, seguros y muy agradables. Con unas gafas opacas el paciente está confortablemente tumbado en una camilla escuchando música en los quince o treinta minutos que dura la sesión.

Aparatos con pantallas con miles de luces led de colores rojo, azul, amarillo e infrarrojo dan múltiples posibilidades para tratar, o combinar con otros tratamientos, tanto

problemas dermatológicos clínicos como, sobre todo, estéticos. Estos son los beneficios que producen en la piel los distintos colores de la fototerapia.

ROJO: Favorece la formación de colágeno, disminuye la hiperpigmentación, mejora la cicatrización, evita la deshidratación, suaviza la piel, mejora la circulación. Se utiliza para mejorar el acné, las manchas, úlceras o en tratamientos de rejuvenecimiento.

AZUL: Tiene principalmente un efecto antiinflamatorio y antibacteriano. Es la más indicada para utilizar tras tratamientos agresivos como peelings, rellenos, láseres. Y se amplían mucho las posibilidades cuando se combina, o se alterna, con el rojo.

AMARILLO: Mejora la circulación de los sistemas linfático y sanguíneo y es antiinflamatorio a la vez. Ayuda, por tanto, a mejorar mucho en múltiples procesos dermatológicos y dermoestéticos.

INFRARROJO: Antiflogístico, favorece la colagenosis y su estructura y ayuda en la curación de heridas.

THE LA MALETA SUITCASE

1.

by SIRA LEBÓN



2.



3.



4.



5.



6.



FOR HER
PARA ELLA

1. Adidas

Trainers // Zapatillas
www.adidas.es / €140

The legendary Tubular, from 1993, has been reinvented in a sky blue fabric with a very urban look. / **ESP.** La mítica Tubular de 1993 se reinventa en tejido celeste, con un aire muy urbano.

4. Bershka

Top // Top
www.bershka.com / (See stockist)

Comfy basics and optimistic messages are always a winner. / **ESP.** Los básicos confortables y con mensajes optimistas siempre son un sí.

2. Kyle NG for O'Neill

Parka tech // Parka tech
www.oneill.com / €349

Beautiful yet versatile, it adapts to different climates thanks to its removable inner layer. / **ESP.** Es tan bonita como versátil: se adapta a distintos climas gracias a su capa interior.

5. Marc by Marc Jacobs

Sunglasses // Gafas de sol
www.marcjacobs.com / €120

With a round shape and a hip two-tone design. / **ESP.** Silueta redonda y diseño en pasta bicolor de pura tendencia.

3. Oysho

Gym bag // Bolsa de deporte
www.oysho.com / €27,99

When it comes to travel accessories, lightweight fabrics are a must. / **ESP.** Imprescindibles los complementos de viaje de tejidos ligeros.

6. G-Star Raw (for the oceans)

Short // Short
www.g-star.com / €139,95

A basic in eco-friendly denim made out of plastic salvaged from the sea. / **ESP.** Un básico vaquero con tejido denim ecológico realizado con plásticos del mar.

They adapt to different weather conditions, they're comfortable and have a sporty spirit. Here's a selection of basics for a trip to the end of the Earth.

Se adaptan a las diferentes condiciones climatológicas, son confortables y tienen espíritu deportivo. Aquí una selección de básicos para un viaje al fin del mundo.



FOR HIM PARA ÉL

1. Kyle NG for O'neill

T-Shirt // Camiseta
www.oneill.com / €45,99

Bright tie-dye prints to beat the coldest season of the year. / **ESP.** Colores vivos en estampado tie-dye para combatir la estación más fría.

4. Italia Independent

Sunglasses // Gafas de sol
www.italia-independent.com / €349

Lapo Elkann's brand features surprising designs with original materials, like this leather glasses. / **ESP.** La marca de Lapo Elkann sorprende con originales acabados como este, en piel.

2. Skullcandy

Earphones // Auriculares
www.skullcandy.com / €20

Ideal for travel thanks to their perfect fit and small size. / **ESP.** Ideales para llevar en los viajes, gracias a su ajuste perfecto y a su pequeño tamaño.

5. Puma

Backpack // Mochila
www.puma.com / €50

An adventure pack with plenty of room in seven attractive colors. / **ESP.** Una mochila para la aventura, con gran capacidad y en siete atractivos colores.

3. Nike

Trainers // Zapatillas
www.nike.com / €99,99

The Elite from Foot Locker's Winterized collection. Because Air Force 1 always come back... / **ESP.** La Elite de la colección Winterized de Foot Locker. Porque las Air Force 1 siempre vuelven...

6. Levi's

Jeans // Vaqueros
www.levis.com / (See stockist)

The new Commuter line has flattering jeans designed for bikers. / **ESP.** La nueva línea Commuter, pensada para la bici, trae nuevos y favorecedores tejanos.

BEACH TIME

TIEMPO DE PLAYA



by SIRA LEBÓN

We are handsome



Surfer hats

Gorros de estilo surfero

With tropical, geometric or sea-inspired prints, like this one. / **ESP.** Con motivos tropicales, geométricos o con referencias al mar, como este.

www.reef.com / (See stockist)

Miami inspiration

Inspiración Miami

Palm trees and pink sunsets cover bikinis and swimsuits with a sporty cut. / **ESP.** Palmeras y atardeceres rosas estampan bikinis y bañadores de corte deportivo.

www.hm.com / €24,98

Dark accessories

Accesorios 'dark'

Black also dominates accessories, no matter how hot it is. / **ESP.** El negro también es rey absoluto de los accesorios, por muy fuerte que pegue el sol.

www.diesel.com / (See stockist)

Monochrome trend

Tendencia monocolor

Absolute red and other bright colors are a sure bet for men's designs. / **ESP.** Rojo absoluto y otros colores vibrantes son una apuesta segura para los diseños masculinos.

www.volcom.com / € 55

Colored lenses

Lentes de color

An idea straight from the catwalk. Composit 1.0 model. / **ESP.** Una propuesta que llega de las mismísimas pasarelas. Modelo Composit 1.0.

www.dior.com / €310

Updated classics

Clásicos renovados

The famous Adilette flip-flops of the 1980s are back. / **ESP.** Las míticas chanclas Adilette se trasladan de los años 80 al presente. En varios colores.

www.adidas.com / €35



PARADISE LOST

JAMAICA

Music Festival



· 4B · CAROLINE D'AMORE · COLOR GUARD · DELUKA
· DJ POSKA · GAZZO · KILLER WHALES · KEZNAMDI
· LANCE HERBSTRONG · NATTALI RIZE
· OLIVER LORD · PRINCE FOX · SAYNTS
· TITANS OF SOUND · ZION
+ MORE TBA ... STAY TUNED!

3 day EDM Festival

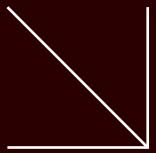


MARCH 10-12, 2016

— AMAZING BEACHSIDE VENUE —

GRIZZLY'S PLANTATION COVE
OCHO RIOS, JAMAICA
paradiselostjamaica.com

JAMAICA HOME OF ALL NIGHT



MADONNA'S REBEL HEART

BEATS STRONG ON LATEST TOUR

**EL CORAZÓN REBELDE DE MADONNA LATE CON
AÚN MÁS FUERZA EN SU ÚLTIMA GIRA**

FROM HER HOME IN NEW YORK,
MADONNA GETS ON THE PHONE WITH
GARY GRAFF TO TALK ABOUT HER
REBEL HEART TOUR AND ABOUT WHAT
INSPIRES AND DRIVES HER STILL AT 57.

**/ ESP. DESDE SU HOGAR EN NUEVA
YORK, MADONNA SE ENTREVISTA CON
GARY GRAFF POR TELÉFONO PARA
HABLAR SOBRE SU GIRA REBEL HEART Y
SOBRE LO QUE LE SIGUE INSPIRANDO E
IMPULSANDO A SUS 57 AÑOS.**





© UMusic

M

ENG | ESP

adonna on tour means plenty of hits and big box office numbers. And ruffled feathers. This year's Rebel Heart Tour — another opulent, multimedia extravaganza, which kicked off Sept. 9 in Montreal and includes 64 shows through March — has the Catholic League up in arms about a pole dance Madonna performs in a skimpy nun's costume during the song "Holy Water."

And the twice-married mother of four — oldest daughter Lourdes is in her second year at the University of Michigan — clearly relishes her well-established role of pop provocateur.

Ten world tours in, does it get harder to put a show together each time you go out?

Yes, it does. It's hard to choose. Sometimes I have to let go of things I love because they just don't fit. They don't sound right. They don't go with the theme. It's hard. Or I go, "Oh, I did that the last three shows. Even though I love that song, let's do something new."

Is there a particular criteria or a litmus test, or is it all from the gut?

Some songs just don't feel right. Sometimes I do stuff and it just doesn't fit in the set list — it's too stand-alone or the theme of it or the concept of it is too different than the other songs. The hard part is getting it to the end.

You have been criticized in the past for not including enough of the big hits. Do you think about what the audience wants when you're putting the show together?

I tend to like my more abstract, less commercial songs, but I realize I have to have songs that people know, that people want to sing along to, that people are familiar with. So I have to balance that out and not just do a creative show that's going to please me.

Que Madonna esté de gira sólo puede ser sinónimo de una larga lista de éxitos y de grandes ventas en taquilla... Y plumas a gogo. Rebel Heart, una gran extravagancia multimedia, comenzó el 9 de septiembre en Montreal e incluye 64 espectáculos hasta marzo. Tiene a la Liga Católica con el grito en el cielo ante una Madonna haciendo *pole dancing* y vestida con un hábito más bien escueto mientras canta 'Holy Water'. Esta mujer casada en dos ocasiones y madre de cuatro hijos — su hija mayor Lourdes cursa su segundo año en la Universidad de Michigan — disfruta de su ya bien establecido papel como la provocadora reina del pop.

Diez giras mundiales, ¿es cada vez más difícil crear un nuevo espectáculo?

Sí, lo es. Es difícil escoger. A veces tengo que dejar cosas que adoro a un lado porque simplemente no encajan. No suenan bien. No funcionan bien. Es duro. En ocasiones es porque es algo que ya he hecho en los últimos tres shows. Aunque me encante esa canción, hay que hacer algo nuevo.

¿Hay algún criterio o prueba de fuego en particular, o simplemente es tu intuición?

Algunas canciones simplemente no encajan. A veces compongo canciones pero luego no funcionan en una cierta lista, es posible que sean perfectas para ser publicadas individualmente pero quizás por su temática o su concepto pueden diferir de las demás canciones. Lo más duro siempre es llegar al final.

En el pasado has sido criticada por no incluir suficientes grandes éxitos en tus giras. ¿Piensas en la opinión del público cuando montas un espectáculo?

Me suelen gustar más las canciones más abstractas y menos comerciales, pero

Rebel Heart Tour is a multimedia extravaganza.
/ ESP. Rebel Heart es una extravagancia multimedia.



© Cordon Press

It sounds like kind of a chicken and the egg process?

Well, no. I mean, the name of the tour, Rebel Heart, starts the party, and then I think, "What's a strong beginning? What's a song that's going to set the tone for the rest of the show? What's the statement I want to make?" and then we go on a journey from there and I pick or choose songs as we go along. Then, of course, I have a working set list that I start with, but as I go through those songs and I play them and I hear how they flow from one to the other or I hear how they feel on stage one to the other, some songs have to go, and I'll have one song that I'm really sure I want to do and then suddenly I listen to an old song and I

"It's in my DNA to challenge the norms."

/ ESP. "Está en mi ADN desafiar las normas".

"People need to have their ideas and beliefs challenged, if only to make them stronger about what they believe in."

entiendo que tengo que tener canciones que la gente conozca, que quiera cantar y con las que se sientan familiarizados. Así que tengo que hacer un equilibrio entre ambos y que no sea sólo un espectáculo creativo que vaya a satisfacerme sólo a mí.

¿Suena a la incógnita del huevo y la gallina?

Bueno, no. Quiero decir, el nombre de la gira, Rebel Heart, es el que da el tono al espectáculo y para éste me pregunto cuál sería la forma de empezar más impactante, qué canción podría asentar la tónica del resto del espectáculo y qué es lo que quiero transmitir. Ese es nuestro punto de partida y de ahí empiezo a escoger el resto de canciones que lo complementen. Luego, por supuesto, tengo una lista de canciones, pero a medida que voy revisándola y escuchando cómo fluyen las canciones de una a otra o cómo sonaría sobre el escenario, me doy cuenta de que tengo que librarme de algunas canciones de esta lista. A menudo tengo una canción de la que estoy totalmente segura, pero de repente escucho otra canción más antigua y me digo que la nueva no es la adecuada, sino la más antigua. Así que me acabo deshaciendo de esa canción más nueva aunque me encante y nunca la haya cantado en directo y me muera de ganas de hacerlo.

Es como perder a uno de tus hijos.

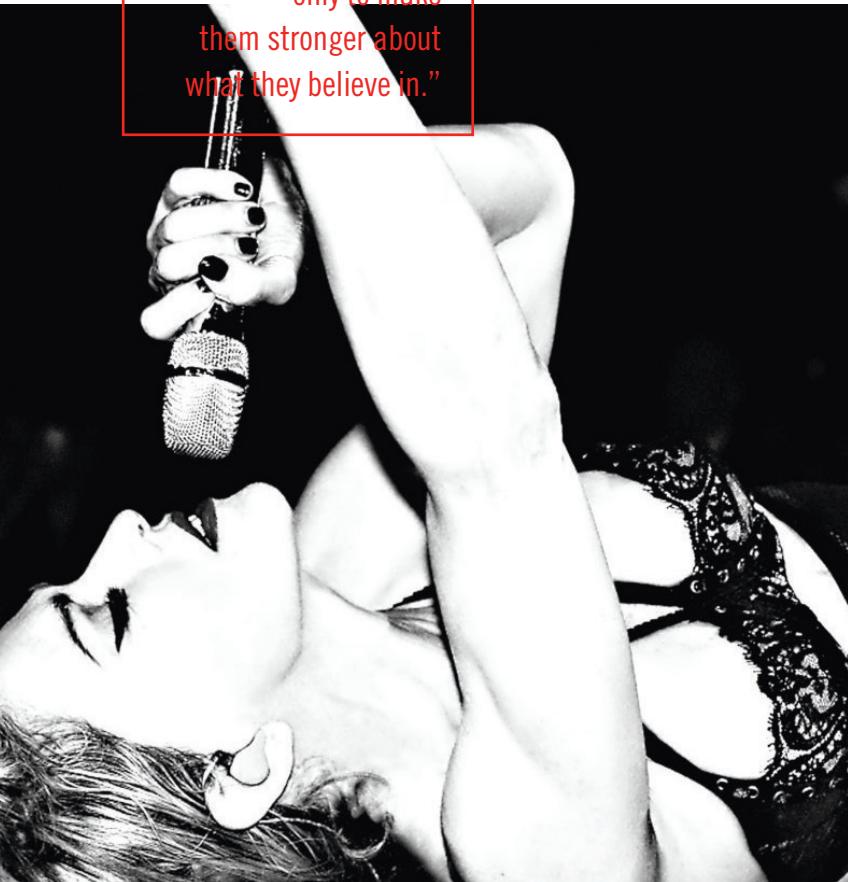
A veces tengo que ser cruel y cortar por lo sano. Es duro. Es como editar una película de una forma en la que hay escenas que adoras pero simplemente no ayudan a contar la historia, tienes que dejarlas de lado.

La idea de rebelarte está, por supuesto, en el título de la gira. ¿Piensas que estás redefiniendo lo que es o podría ser un Corazón Rebelde?

Sí, pero si somos honestos es lo que llevo haciendo toda mi carrera. Llevo ondeando esa bandera desde el principio. El hecho de que haya ocurrido es obviamente increíble y mágico e histórico, pero es parte de mi vida. Incluso en mi primera película, 'En La Cama Con Madonna', que representa abiertamente relaciones homosexuales, la gente antes no hacía eso y para mí es simplemente una parte normal de mi vida.

Entonces, ¿cuál dirías que es el tema que define este espectáculo?

El romance. El amor. (Risas). Vivir por amor. Ser un corazón rebelde. Quiero decir,



© UMusic

go, "Nope, THAT'S the one! That's It! That's the song -- it's gotta be right there. So I get rid of the new one, even though I love it, even though I've never performed it and I'm dying to.

Like losing one of your children.

I have to be quite brutal sometimes and cut shit out -- sorry to swear. It's hard. But it's kind of like editing a movie in a way because the are scenes that you love but they just don't help tell the story, you have to let them go.

The idea of rebelling is, of course, in the title of the show.

Do you feel like you're re-defining what a Rebel Heart is, or can be?

Yeah but, y'know let's face it — I've been doing that my entire career. I've been waving that flag all along. The fact that it's happened is obviously awesome and amazing and historic, but it's part of my life. Even when you start looking at my first film, "Truth or Dare," which openly depicts homosexual relationships, people didn't do that before, and to me it's just a normal part of life.

So what would you say is the defining theme of this show?

Romance. Love (laughs). Living for love. Being a rebel heart. I mean, they're all kind of intertwined. It's about rising above, believing in your dreams, overcoming heartbreak, things like that — you know, the simple things in life.

Because you're just a simple girl at heart, right?

Oh, deep down inside I am, yes. But I tackle pretty complex themes, I guess, in my work.

Provocation seems to be second nature for you.

Yeah, it comes naturally. I don't know where it comes from. It's must my nature. It's in my DNA to take ideas and conventions and to challenge the norms, to question things, to turn them inside out, to say, "But what if...?" It's not because I don't respect people's ideas and beliefs; I have ultimate respect for people's ideas and beliefs. But people need to have their ideas and beliefs challenged, if only to make them stronger about what they believe in. I want to make people ask questions -- "Why am I doing this? Why do I believe in this? Why does this define me?"

Even though they may just want to come out and hear some tunes they like?

Well, I think it's important that people ask these questions and ask them of themselves as well as each other. I think that's the purpose of art.

Choreography and dance remains such an important part of the show, arguably as important as the music. Do you feel like one's more important than the other?

I started life out as a dancer, so dancing is important to me. I try to find the most unique and original dancers to work with and put it all together and tell a story that's going to inspire people and change their lives. And that works together with the music. It's a big goal, but that's

REBEL HEART TOUR BY THE NUMBERS // REBEL HEART EN NÚMEROS



2.5 MILLION

Swarovski crystals adorn Madonna's costumes.

/ ESP. 2.5 millones de cristales de Swarovski adornan los trajes de Madonna.

140,000 POUNDS

of lights, sound and video equipment in each night's performance.

/ ESP. 63.500 kilos de equipamiento de luces, sonido y video se emplean en cada show.

2,150 MILLION

LED pixels light up rear screens on the Rebel Heart stage. **/ ESP.** 2.150 millones de LEDs pixels iluminan las pantallas sobre el escenario en Rebel Heart.

55,000 POUNDS

of moveable stage ramp used throughout the concert. **/ ESP.** 25.000 kilos de rampas móviles se utilizan en el escenario durante todo el concierto.

25,391 MILES

of road will be traveled by tour bus on the North American leg of tour.

/ ESP. 56.965 kilómetros de carretera recorre el autobús de gira sólo en la etapa de Norte América.

1 SPECIALLY

designed crucifix-shaped stage that flows through the audience with a heart-shaped "Rebel Heart" at the end of the runway. **/ ESP.** 1 escenario diseñado especialmente en forma de crucifijo que fluye entre la audiencia con un "Rebel Heart" en forma de corazón al final de la pasarela.

what we have to have, big goals.

You're 57 now, and it's clearly a strenuous show. How do you keep yourself in shape for doing it?

I have a very disciplined life. I don't do a lot of socializing. My life revolves around my show and my children and trying to live a very healthy lifestyle. The only thing I'm lacking now is sleep — as always.

You had a very emotional homecoming at your Detroit show in October, after ruffling some feathers by calling the place "provincial" earlier in the year. Bygones are bygones?

I appreciate my provincial upbringing. It's my people's, y'know. To me it's really important, the fact that I came from the Midwest. My father and all the people around me had a very strong work ethic, a very practical approach to work, and not a lot of frills. I don't think I would be as creative as I am if I'd grown up surrounded by everything at my fingertips, if you know what I mean. The fact that I came from a small town in the Midwest has a lot to do with the kind of open notebook that I had to start my journey, creatively. •

REBEL HEART TOUR BY THE NUMBERS // REBEL HEART EN NÚMEROS



121 DAYS

days of rehearsal before opening night in Montreal.

/ **ESP.** 121 días de ensayos antes de la noche de apertura en Montreal.

200-PLUS

pairs of fishnet stockings will be worn by Madonna before the tour wraps. /

ESP. Madonna llevará más de 200 pares de medias antes de completar la gira.

todas esas cosas están relacionadas. Se trata de ascender, creer en tus sueños, superar un corazón roto, cosas así, ya sabes... las cosas simples de la vida.

Porque tú en el fondo eres una chica sencilla, ¿no?

Oh sí, pero muy en el fondo. Aunque supongo que siempre abordo temas bastante complejos en mi trabajo.

La provocación parece ser tu segunda naturaleza.

Sí, me sale de forma natural. No sé de dónde sale. Debe estar en mi naturaleza. Está en mi ADN llevar ideas y convenciones y desafiar las normas, cuestionar las cosas, darles la vuelta, preguntarme qué pasaría si... No es porque no respete las ideas y creencias de la gente: tengo el máximo respeto por sus ideas y creencias. Pero la gente necesita que se cuestionen sus creencias e ideas, aunque sólo sea para hacer que éstas sean todavía más fuertes. Quiero que la gente se cuestione por qué hacen ciertas cosas y por qué eso es lo que les define.

¿Incluso cuando simplemente quieran salir y escuchar algunas canciones que les gustan?

Bueno, pienso que es importante que la gente se haga estas preguntas. Supongo que ése es el propósito del arte.

La coreografía y el arte continúan siendo una parte integral de tu show, casi tanto como la música. ¿Es más importante uno que otro?

Empecé mi vida artística como bailarina, así que bailar es muy importante para mí. Intento encontrar a los bailarines más originales y únicos y reunirlos y así poder contar una historia que inspire al público y que cambie sus vidas. Y eso funciona en conjunto con la música. Es un gran propósito, pero eso es lo que tenemos, grandes propósitos.

Tienes 57 años y claramente es un espectáculo extenuante. ¿Cómo te mantienes en forma para llevarlo a cabo?

Llevo una vida muy disciplinada. No me socializo mucho. Mi vida gira entorno a mi espectáculo y mis hijos e intentar llevar un estilo de vida sano. Lo único que me falta ahora son horas de sueño, como siempre.

Tuviste un regreso muy emotivo en tu ciudad natal de Detroit en octubre, después de agitar las cosas a principios de año cuando la describiste como una ciudad "provincial". ¿El pasado es pasado?

Aprecio mi infancia provincial. Es mi gente, ¿sabes? Para mí es muy importante el hecho de que proceda del Medio Oeste. Mi padre y aquellos que me rodeaban tenían una ética de trabajo muy fuerte y un enfoque muy práctico del trabajo, sin demasiadas banalidades. Creo que no sería tan creativa si me hubiera criado con todo al alcance de mi mano, ya sabes a lo que me refiero. El hecho de proceder de un pequeño pueblo del Medio Oeste tiene mucho que ver con la clase de libro abierto con el que tuve que empezar mi trayectoria creativa. •

“La gente necesita que se cuestionen sus creencias e ideas, aunque sólo sea para hacer que éstas sean todavía más fuertes”.



“My life revolves around my show and my children and trying to have a very healthy lifestyle.”

/ ESP. “Mi vida gira entorno a mi espectáculo y mis hijos e intentar llevar un estilo de vida sano”.



Félix Solís **avantis**
EXTENDING WINE CULTURE

Disfruta con la mejor compañía

Félix Solís Avantis es una compañía global que elabora y comercializa una completa gama de vinos con una excelente relación calidad-precio. Contamos con filiales propias en Francia, Alemania, Reino Unido, República Checa, Estados Unidos, México y Japón y comercializamos nuestros productos en 115 países.

Tenemos marcas líderes como Viña Albali y Los Molinos en la D.O Valdepeñas y Altos de Tamarón, Castillo de Albai, Blume, Bajoz y Centola en las DO's Ribera del Duero, Rioja, Rueda, Toro y Rías Baixas.

La experiencia de tres generaciones de la Familia Solís, unida a una eficiente capacidad productiva, comercial y logística, nos permite ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.



www.felixsolisavantis.com

FelixSolisAvantis @felixsolisgrupo

WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre

ALL THE LATEST FROM THE HOTEL GROUP // TODAS LAS NOVEDADES DEL GRUPO HOTELERO

Palladium

WEDDING
PACKS
PAGE. 66

PALLADIUM EXPERIENCE

Jamaica, Punta Cana, Imbassai, México. All of Palladium Hotel Group's destinations boast new facilities and services to give its guests the very best experience. / ESP. Jamaica, Punta Cana, Imbassai, México. En todos estos destinos Palladium Hotel Group estrena instalaciones y nuevos servicios para ofrecer la mejor experiencia al huésped.



 PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

 THE ROYAL SUITES
PREMIUM

 GRAND PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

 PALLADIUM
HOTELS

 PALLADIUM
boutique
HOTELS

 FIESTA
HOTELS & RESORTS

 YUSHUAIA
IBIZA BEACH HOTEL

 Only
YOU
HOTEL & LOUNGE
MADRID

 AYRE
HOTELS

 Hard Rock
HOTEL
IBIZA

THE FAMILY

THE KITCHEN TEAM AT AYRE
HOTEL ASTORIA PALACE VALENCIA

El equipo de cocina de Ayre Hotel Astoria Palace Valencia



©Eduardo Peris

Left to right: Félix Peña, maître d'; Claudina Cabrera, waitress; Joaquín Alarcón, assistant maître d', Joaquín Bellver, chef de partie; Pablo Ortín, chef de partie; José María Climente, head chef; Manuel Pérez, head chef. // De izquierda a derecha: Félix Peña, primer maître; Claudina Cabrera, camarera; Joaquín Alarcón, segundo maître, Joaquín Bellver, jefe de partida; Pablo Ortín, jefe de partida; José María Climente, jefe de cocina; Manuel Pérez, jefe de cocina.



Excellent food and impeccable service are the hallmarks of Astoria Palace's kitchen team. Quality and professionalism characterize all our services, from the Vinatea Restaurant and the Lounge Bar to room service and events, making us a leader on Valencia's culinary scene. Our Mediterranean market fare, the avant-garde touch that we give our creations, homemade desserts and flawless customer service will make your visit to Hotel Astoria a unique experience.

ESP. Una excelente propuesta gastronómica y un impecable servicio de sala conforman las señas de identidad del equipo de Cocina Astoria. La calidad y la profesionalidad están presentes en todos nuestros servicios: desde el Restaurante Vinatea al Lounge Bar, pasando por el room service y la organización de eventos y nos han llevado a convertirnos en referente culinario en Valencia. Nuestra cocina de mercado con carácter mediterráneo, el toque de vanguardia que imprimimos a nuestras creaciones, la elaboración de repostería artesana y una cuidada relación con el cliente convierten una visita al Hotel Astoria en una experiencia única.

THE FAMILY

THE AMERICAN SALES TEAM

El equipo comercial de América

Increasing the direct sale of rooms is one of the big challenges being tackled by the Palladium Hotel Group's American sales team. In this picture, they're posing next to the grand piano at Grand Palladium Imbassai Resort & Spa, after a productive workshop where they defined the strategic lines to be followed in 2016. Their work is essential, because 60 percent of the company's balance sheet comes from sales at the Caribbean hotels.

ESP. Incrementar la venta directa de habitaciones es uno de los grandes retos a los que se enfrenta el equipo de comerciales de América de Palladium Hotel Group. En esta foto posan junto al piano de cola que hay en Grand Palladium Imbassai Resort & Spa, después de un fructífero workshop en el que se marcaron las líneas estratégicas a seguir en 2016. Su trabajo es esencial porque el 60 por ciento de la cuenta de resultados de la compañía proviene de las ventas de los hoteles del Caribe.

Left to right // De izquierda a derecha: Mario Viazzo, Latam Sales Director; Simon Romero, Head of eCommerce for the Americas; María Cecilia Sánchez, MICE Account Executive LatAm; Andres Rodriguez, Sales Director for Colombia / Ecuador / Venezuela; Carolina Níeva, Sales Executive for the Southern Cone; Pamela Covarrubias, Sales Director for Peru; Fábio Mazini, LatAm Marketing Director; Fernanda Duque, Assistant Sales for MICE; Joyce Grossman, Sales Director for Chile and Bolivia; Carolina Abud, Sales Director for Brazil; Veronica Armani, Sales Director for the Southern Cone; Joyce Knopp, Sales Director for the Central-western region; Sergio Zertuche, Corporate Director of Sales & Marketing; Rejania Carvalho, Sales Director for the Northeastern region; Paula Souza, Sales Director for Southeastern Brazil.

©Fabio Barbosa





UNA HABITACIÓN
a bedroom

Honeymoon Suite

GRAND PALLADIUM LADY HAMILTON RESORT & SPA



The rooms at the Lady Hamilton Hotel have been designed and refurbished in line with the decidedly neoclassical style of the complex and with the colonial air that prevails throughout this Caribbean resort which has such a strong British influence because of the country's history. In keeping with the category of the hotel, fine materials have been used such as ivory cream marble for the floors, decorative mouldings that add character and a neoclassical touch to the interior design and solid walnut furniture gleaming with elegance, while brass light fixtures add luxury to the overall design.

1
FURNITURES Mobiliario

The furniture design is inspired by classical and traditional lines, incorporating turned legs and quilted upholstery, yet with a contemporary touch achieved by mixing traditional materials with more avant-garde elements such as black glass on all the furnishings and an innovative faux-leather finish on bedside tables and wardrobe doors. / **ESP.** El diseño del mobiliario ha sido inspirado en líneas clásicas y tradicionales, incorporando patas torneadas y tapizados acolchados, sin embargo con la aportación de un toque contemporáneo que se logra al mezclar materiales tradicionales con elementos más vanguardistas como el cristal negro en accesorios y acabados en imitación piel tanto en mesitas de noche como en las puertas de los armarios.

2

THE BATHROOM El baño

The bathroom has been created to be a luxurious place in which to relax and it echoes the cream ivory marble theme, this time highlighted with Marquina black marble to add classic elegance and London Underground tiling that is such an integral element of British style. All these materials and the contemporary designer taps and sanitation come together to create a luxurious effect that achieves a modern yet colonial style. / **ESP.** El baño ha sido creado para convertirse en un lugar sofisticado en el que relajarse y recuerda a la temática en mármol color marfil, esta vez enfatizada con Marquina en mármol negro para añadir elegancia clásica y pequeños azulejos característicos del estilo británico. Todos estos materiales y los grifos de diseño contemporáneo e instalaciones sanitarias se unen para formar un efecto lujoso que logra un estilo moderno y a la vez colonial.



INTERNET WIFI

The room has free WiFi so you can connect with the rest of the world while you are on holiday. / **ESP.** La habitación tiene servicio de Internet WiFi gratuito para seguir conectado con el mundo durante las jornadas de descanso.

ESP. Las habitaciones en Lady Hamilton han sido diseñadas y redecoradas en línea con el estilo neoclásico del complejo y con el aire colonial que prevalece por todo el resort caribeño, que posee una fuerte influencia británica debido a la historia del país. Para estar a la altura de la gran categoría del hotel se han utilizado materiales nobles como suelos de mármol color marfil, molduras decorativas que añaden carácter, un toque neoclásico en el diseño interior y mobiliario sólido de nogal que rezuma gran elegancia, mientras que los apliques de luz de bronce le añaden lujo a todo el diseño.

Upgrades



NEW DEVELOPMENTS IN PUNTA CANA



The upgrades were recently completed in mid-December 2015, including a revamped lobby experience and new dining options, as well as expanded family-friendly accommodations, additional dining options and revamped room décor.

Lobby. Renovations of the Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino lobby are now complete and include: a new reception area, upgraded representatives' desk area, renovated stage and backstage area for musicians, renovated patio, a new lobby bar, and a new Palapa in front of the casino and upgraded lobby furniture.

Activities. The main pool at the Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino is now operational after receiving a renovated pool tank. Additionally, The Royal Suites Turquesa has added a new section to its property, which includes a pool.

Food + Beverage. Palladium's Royal Gourmet restaurant, located at The Royal Suites Turquesa, as well as the Hemingway Bar and Las Torres restaurant, located at the Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino, are now operating after receiving upgraded air conditioning systems.

Accommodations. 280 rooms have been updated with new furniture and décor as well as renovation of bathrooms and terraces. Ten (10) Loft Suites along with 10 standard rooms in Villas (20 guestrooms total) have been transformed into 10 Family Rooms.

118 Double Deluxe rooms on the ground floor have expanded to include the current terrace as interior space and an exterior terrace will be added to each room. 42 Loft Suites retain their Loft Suites category and have gained a loft, new bathroom design and new décor.

ESP. NUEVAS REFORMAS EN PUNTA CANA.
A mediados de diciembre de 2015 se completó la reforma del resort de Punta Cana, con un nuevo lobby y zonas de comedor, una zona de alojamiento para familias más amplia, opciones adicionales de comedor y una nueva decoración en las habitaciones.

Lobby. Las reformas del lobby del Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino incluyen: una nueva recepción, una zona modernizada para los representantes, un escenario y backstage para los músicos, un patio nuevo, un bar y una nueva Palapa frente al casino y nuevo mobiliario.

Actividades. La piscina principal en Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino está operativa después de haberse reformado. Además, The Royal Suites Turquesa ha añadido una nueva sección a su complejo, que incluye una piscina.

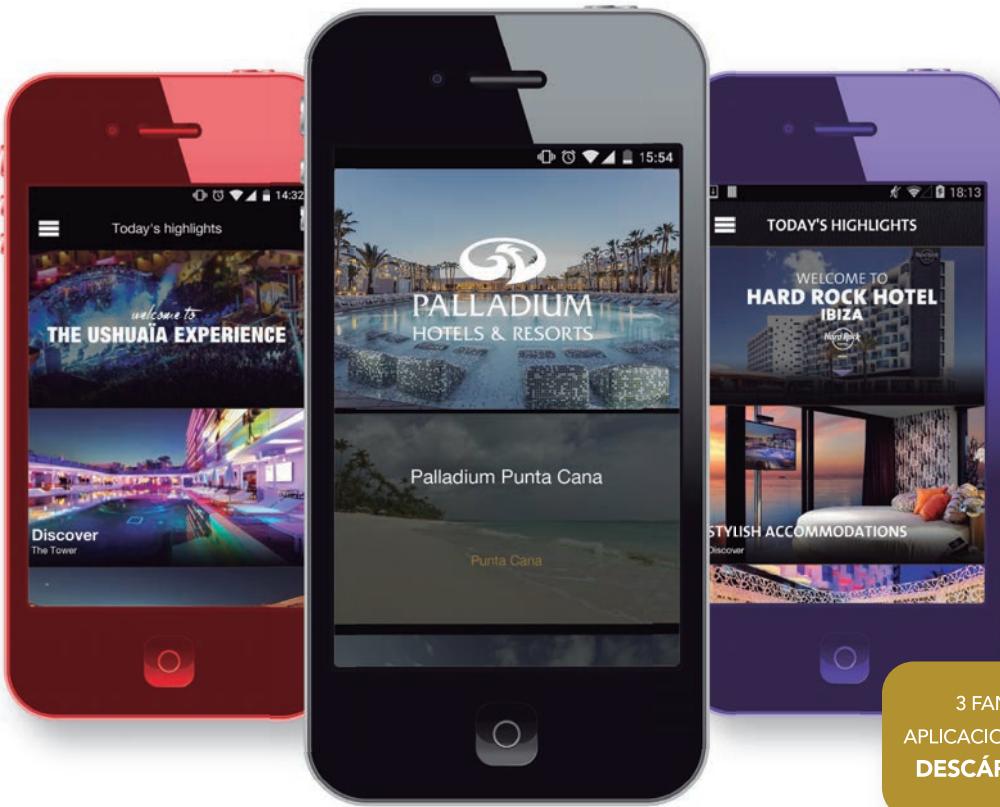
Comida y Copas. El restaurante

Royal Gourmet de Palladium, situado en The Royal Suites Turquesa, además del Bar Hemingway y el restaurante Las Torres, situado en Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino, están operativos con nuevos sistemas de aire acondicionado.

Alojamiento. 280 habitaciones han sido renovadas con nuevo mobiliario y decoración, además de la reforma de sus baños y terrazas. 10 Loft Suites junto con 10 habitaciones estándar en Villas (20 habitaciones en total) se han unido para formar 10 habitaciones familiares. 118 habitaciones Doble Deluxe en la planta baja se han ampliado para incluir la terraza actual como espacio interior y una terraza exterior se ha añadido a cada habitación. 42 Loft Suites mantienen su categoría Loft Suites y se les ha añadido un loft, un nuevo diseño de baño y nueva decoración.

POSIBILIDADES INFINITAS *en la palma de su mano*

Disfrute de una experiencia virtual más intuitiva en una sola aplicación y haga que su viaje sea más fácil y mucho más emocionante. Explore los Palladium Hotels & Resorts de todo el mundo, sumérjase en el mundo único del Hard Rock Hotel Ibiza o navegue por el glamour del Ushuaïa Ibiza Beach Hotel. Divertida, práctica y fácil de usar.



3 FANTÁSTICAS
APLICACIONES GRATUITAS
DESCÁRGUELAS YA

TRES APLICACIONES SORPRENDENTES DISPONIBLES PARA iOS Y ANDROID

- Descubra todos los servicios e instalaciones de nuestros hoteles exclusivos.
- Reciba alertas para su evento o reunión.
- Charle con otros huéspedes y comparta experiencias únicas.
- Excursiones y tours personalizados.
- Reserve en su restaurante favorito o personalice su menú.
- Sea de los primeros en enterarse de las últimas ofertas, de noticias importantes sobre precios exclusivos.

PALLADIUM
HOTEL GROUP

NOTICIAS

news

Weddings

SAY 'I DO' IN PARADISE

DA EL 'SÍ QUIERO' EN EL PARAÍSO



Getting married on the beach in the Caribbean is possible at Palladium resorts.
/ ESP. Casarse en el Caribe y a pie de playa es posible en los resorts de Palladium.

Enjoy preparing your wedding thanks to the packages exclusively designed for Palladium by expert wedding planner Karen Bussen. Her professionalism is backed by a long career in New York, where she organizes events for celebrities and important personalities from the business world. Montego Bay, Riviera Maya, Punta Cana and Riviera Nayarit all have something new to offer in 2016.

ESP. Disfruta preparando tu boda gracias a los paquetes diseñados exclusivamente para Palladium por la experta wedding planner Karen Bussen. Su profesionalidad viene avalada por una larga trayectoria en Nueva York, donde organiza eventos para celebridades y destacadas personalidades del mundo de los negocios. Montego Bay, Riviera Maya, Punta Cana y Riviera Nayarit estrenan novedades en 2016.

**PALLADIUM'S TEAM OF WEDDING PLANNERS WILL
HELP YOU ORGANIZE YOUR WEDDING. //EL EQUIPO DE
WEDDING PLANNERS DE PALLADIUM TE ACOMPAÑARÁ
EN LA ORGANIZACIÓN DE TU BODA**

Pure Paradise.

The pomander floral arrangements give the Pure Paradise package a chic, romantic touch. Choose the color that best suits your story / **ESP.** Los arreglos florales de tipo "pomander" ponen el toque chic y romántico al paquete Pure Paradise. Elije el color que mejor defina tu historia.

Waves of Love.

Waves of Love is especially designed for lovers of the sea. Hydrangeas, lilies, shells and starfish provide a nautical touch to this beach wedding. / **ESP.** Waves of Love está pensada para enamorados del mar. Hortensias, lirios, conchas y estrellas de mar ponen el toque marino en esta boda en la playa.

Tropical Promise.

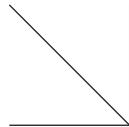
The color and energy of sunsets serves as the inspiration for this package full of the passion of the tropics. Especially designed for couples who know how to enjoy life. / **ESP.** En las puestas de sol, en sus colores y su energía, se inspira este paquete repleto de toda la pasión del trópico. Diseñado para parejas que saben disfrutar de la vida.

Island Pearl.

White lilies and pearls inspire this package where mother-of-pearl tones appear in tulle, candles and other adornments. The perfect choice for couples with classic tastes. / **ESP.** El lirio blanco y la perla son los protagonistas de este paquete, donde los nacarados asoman en tulles, velas y otros adornos. Para parejas con gusto por el estilo clásico.

Bliss in Bloom.

White, pink and mango. Choose your favorite color and give a personal touch to this romantic package inspired by the beauty of garden flowers. / **ESP.** Blanco, rosa y mango. Elije tu color favorito y da tu toque personal a esta romántica propuesta que se fija en la belleza de las flores de jardín.



Vivah – Private Reception.

You and your friends and family will enjoy a menu especially created by the Indian chef, dance to your favorite music and have an unforgettable evening. / **ESP.** Podrás degustar con tus amigos y familiares un menú creado por un chef hindú, bailar con tu música favorita y disfrutar de una noche inolvidable.

Love Birds.

Orchids are a symbol of pure love and sensuality. That's why they're the stars of this elegant package designed for a private, very romantic celebration. / **ESP.** Las orquídeas son sinónimo de amor puro y sensualidad. Por eso son las estrellas de este paquete pensado para una celebración íntima y muy romántica.

Goddess Mehndi party.

Don't renounce tradition. Enjoy a luxurious Mehndi ceremony—a traditional South Asian celebration—with your friends and family in the Caribbean. / **ESP.** No renuncies a la tradición. Un lujoso evento de mehndi para disfrutar en el Caribe junto a amigos y familiares de esta tradicional fiesta de Asia del Sur.

Sangeet Garba / Music Night.

Start off your wedding with a night of music and dance (Sangeet/Garba). Caribbean joie de vivre is joined by the colors, flavors and sounds of India. / **ESP.** Comienza tu boda con esta fiesta nocturna de música y baile (Sangeet / Garba). La alegría propia del Caribe con los colores, sabores y sonidos de la India.

Byaah: Baraat and Wedding ceremony.

This package combines the natural beauty of the Caribbean with Hindu rituals. It includes the traditional baraat marriage procession. / **ESP.** Este paquete conjuga la natural belleza del Caribe con los ritos hindúes. Incluye la tradicional procesión baraat de la novia.

Mayan Pearl & Ocean Pearl

Love, purity, beauty and femininity. The symbolism of lilies and pearls inspire these elegant packages. The perfect choice for couples with more classic, traditional tastes. / **ESP.** Amor, pureza, belleza y feminidad. La simbología de los lirios y las perlas inspiran estas elegantes propuestas. Perfectas para parejas con gusto por lo clásico y tradicional.



© Gonzalo Castro

ANA CASTRO

GENERAL MANAGER
GRAND PALLADIUM VALLARTA
RESORT & SPA THE ROYAL SUITES
PUNTA DE MITA

Directora General Grand Palladium Vallarta Resort & Spa The Royal Suites Punta de Mita

From Santiago de Compostela to Puerto Vallarta. Life is unpredictable, isn't it?

When I decided to work in the hospitality industry, I knew that it was going to be hard to be close to home, although one doesn't think about destinations as remote as the one where I am right now. I left Santiago many, many years ago, and went to Ibiza, Riviera Maya and then Puerto Vallarta where I am now. In each one of these places, I've learned

different things. That's the most important thing when you arrive in a new destination: to soak up its culture and traditions, learn from its people and—as much as possible—make a contribution of your own.

Running a resort located in the middle of nature, facing the ocean with the jungle behind you, must be fascinating... What's the best part about your job?

To be honest, we can indeed consider ourselves lucky to work in such wonderful

KNOWING THAT WE HAVE TO ANTICIPATE CLIENTS' NEEDS AND MAKE SURE THEY HAVE AN UNFORGETTABLE VACATION IS OUR GOAL, AND THAT'S WHAT WE FOCUS ON EVERY DAY.

LA ENTREVISTA

the interview

In the office

settings. But don't think that we spend the whole day on the beach! It may be hard to believe, but I go for weeks without setting foot on the sand... When you're stationed in places like that, each day is different. You never know what challenge you're going to come across and that makes it a very stimulating job. Knowing that we have to anticipate guests' needs is our goal, and that's what we focus on every day.

As for the Mexican way of life, what do you take away? What have you learned from them?

Living in a foreign country always gives you new experiences, and you learn from all of them.

Mexico is a wonderful country where you can find a bit of everything: prehispanic culture, colonial cities, incredible beaches, the mountains that cross the country, an endless variety of culinary options... But without a doubt, its biggest asset is its people. Friendliness is what it's known for. Speaking as a hotel manager, the service culture is extraordinary and that makes my job a whole lot easier in many ways.

I'm sure you've experienced some really funny situations at the resort... Tell us about one of them.

Many of them come to mind. Like one time I got a call in the middle of the night, to tell me that a crocodile had been spotted in one of the hotel ponds. I was half-asleep

**SABER QUE
TENEMOS QUE
ADELANTARNOS
A LAS DEMANDAS
DE LOS CLIENTES
Y TRABAJAR
PARA QUE SUS
VACACIONES
SEAN
INOLVIDABLES
ES NUESTRO
OBJETIVO Y
SOBRE ESTO
NOS CENTRAMOS
CADA DÍA.**



© Gonzalo Castro

ESP. De Santiago de Compostela a Puerto Vallarta. Cuántas vueltas da la vida, ¿verdad?

Una vez que tomé la decisión de dedicarme al mundo de la hotelería tuve claro que iba a ser difícil estar cerca de casa, aunque uno no piensa en destinos tan lejanos como en el que me encuentro actualmente.

Hace ya muchos años que salí de Santiago, pasando por Ibiza, Riviera Maya y Puerto Vallarta en la actualidad. En cada uno de los destinos he aprendido cosas distintas. Eso es de lo más importante cuando llegas a un destino nuevo: empaparte de su cultura, sus tradiciones, aprender de su gente y, en la medida de lo posible, aportar tu granito de arena.

Dirigir un resort enclavado en mitad de la naturaleza, con el océano en frente y la selva a la espalda, debe de ser apasionante... ¿Qué es lo mejor de tu trabajo?

A decir verdad, sí que nos podemos considerar unos privilegiados al trabajar en entornos tan maravillosos como estos. ¡Pero no se vayan a pensar que estamos todo el día en la playa! Aunque parezca mentira, paso semanas sin pisarla para nada...

Cuando estás destinado en este tipo de enclaves, cada día es diferente. Nunca sabes con qué desafío te vas a encontrar y eso lo hace un trabajo muy estimulante. Saber que tenemos que adelantarnos a las demandas de los clientes y trabajar para que sus vacaciones sean inolvidables es nuestro objetivo y sobre esto nos centramos cada día.

De la manera de vivir de los mexicanos, ¿con qué te quedas? ¿qué has aprendido de ellos?

Vivir en un país extranjero siempre te aporta vivencias y experiencias nuevas y se aprende de todas ellas. México es un país maravilloso en el que puedes encontrar de todo: cultura prehispánica, ciudades coloniales, playas increíbles, la sierra madre que atraviesa el país, una variedad gastronómica interminable. Pero, sin lugar a dudas, el mayor activo que tiene es su gente. La amabilidad es su bandera. Hablando como directora de un hotel, la cultura de servicio que tienen es extraordinaria y eso facilita mucho gran parte del trabajo.

Seguro que en el resort has vivido situaciones de lo más divertidas... Cuéntanos alguna.

Hay muchas situaciones vividas que me vienen a la mente. Una de ellas es una llamada que recibí de madrugada avisándome de que habían visto un

In the office



© Gonzalo Castro

so I told them to keep me posted and I went back to bed. Anyway I woke up at 7 pm wondering if it had been a dream or not, and I went out to check. And I found a security guard watching the crocodile. He assured me that he hadn't moved, and giving me his exact location. The poor guy had been watching the animal all night... It was a small crocodile that had gotten "lost" in the rainy season, and of course wasn't dangerous at all.

Why do you have to go to Puerto Vallarta at least once in life?

Puerto Vallarta, despite being a tourist destination, still keeps Mexican culture and traditions alive. To see that, and to be able to soak it up while enjoying an idyllic place in the jungle and the sea is a unique experience that you can't find in many parts of the country. To be able to go on a whale watching excursion in the morning, eat a wonderful

(finger-licking) sarandeado fish for lunch and go on a Canopi excursion in the middle of the Sierra Madre in the afternoon is priceless.

How do you make the clients that pass through Gran Palladium Vallarta fall in love with it? Is there some magic formula?

To make clients fans. That's our corporate mission. That very simple yet all-encompassing phrase totally sums up what we're looking for at PHG. When they choose us as the place to spend their vacation, it's our duty to offer them the best possible service so they enjoy the experience and decide to visit us again. Customer service is one of the things that makes us stand out (I think you can have the best facilities in the world, but if the service isn't good, you won't get the effect we're after) and the reason why we have many clients who come back to visit us year after year. That's the

cocodrilo en uno de los estanques del hotel. Esto que estás medio dormida y le contestas que lo mantengan monitoreado y te vuelves a la cama. Me desperté a las 7 de la mañana pensando si había soñado la llamada o era cierta y fui a comprobarlo. Efectivamente me encontré una persona de seguridad monitoreando al cocodrilo y asegurándome que no se había movido del lugar y dándome la ubicación exacta. Al pobre chico lo tuve toda la noche vigilando al animal... Era un cocodrilo pequeñito que se había "perdido" con la temporada de lluvias y que por supuesto no entrañaba peligro alguno.

¿Por qué hay que acercarse a Puerto Vallarta al menos una vez en la vida?

Puerto Vallarta, a pesar de ser un destino turístico, sigue manteniendo las tradiciones y la cultura mexicana. Ver que no se ha perdido esta cultura y poder empaparse de la misma mientras se disfruta el enclave paradisíaco de la selva y el mar es una experiencia única que no se encuentra en muchas partes del país. Poder pasar de una excursión de avistamiento de ballenas por la mañana, comerte un maravilloso pescado Sarandeado (para chuparse los dedos) y por la tarde hacer una excursión de Canopi en plena sierra madre, no tiene precio.

¿Cómo enamoráis a los clientes que pasan por Gran Palladium Vallarta? ¿Hay alguna fórmula mágica?

Convertir clientes en fans. Esa es nuestra misión Corporativa. Con esa frase tan simple, pero tan amplia a la vez, podemos definir a la perfección lo que buscamos en PHG. No solo cumplir, si no superar las expectativas de nuestros clientes es nuestro objetivo. En el momento que nos escogen como su lugar para vacacionar, es nuestro deber ofrecer el mejor de nuestros servicios y atenciones para que disfruten la experiencia y decidan volver a visitarnos. La atención al cliente es una de nuestras características especiales (creo que puedes tener las mejores instalaciones del mundo, pero si el servicio no es bueno, no conseguiremos ese efecto que deseamos) y el motivo por lo que tenemos muchos clientes que nos visitan año tras año. Ese es el secreto, el servicio.

En Palladium Hotel Group no paráis nunca, ¿qué novedades tenéis preparadas en el resort para 2016?

Siempre estamos viendo que nos piden nuestros clientes y trabajando en base a ello. Tenemos en marcha varios proyectos tanto a nivel instalaciones como en mejora de servicios. A nivel instalaciones para la temporada 2016 todas nuestras albercas estarán climatizadas para

secret: great service.

At Palladium Hotel Group you never stop. What can we expect in 2016?

We're always thinking about what our clients ask for and working based on that. We've got several projects underway, both in terms of facilities as well as improving services. As for facilities, by the 2016 season all our pools will be heated so that guests can enjoy them in the winter. We've improved and expanded our services, offering our guests at Grand Palladium room service, and food service at our main pool (ice cream, hot dogs, cotton candy, etc.). We're improving the menu of our buffets. We've recently introduced a new menu for breakfast, lunch and dinner based on what our guests want, and we'll keep on monitoring their needs so we can adapt to them. This year, we also have special vegetarian, gluten-free and allergy-friendly menus. •

PUERTO VALLARTA KEEPS MEXICAN CULTURE AND TRADITIONS ALIVE

PUERTO VALLARTA SIGUE MANTERIENDO LA CULTURA Y LAS TRADICIONES MEXICANAS

personal

1 A surprise

A romantic dinner on the beach.

/ ESP. Una sorpresa

Una cena romántica en la playa.



2 An excursion

Humpback whale watching on the Marietas Islands. A must.

/ ESP. Una excursión

El avistamiento de las ballenas jorobadas en las islas Marietas. Imperdible.

3 An experience

A wedding on the Pacific Ocean. / ESP. Una experiencia

Una boda a las orillas del océano pacífico.



4 A drink

A cocktail called Fantasma / ESP. Un trago

Un cóctel llamado Fantasma.

5 A special spot

The terrace of our Travel Club bar. / ESP. Un

rincón La terraza de nuestro bar Travel Club.

6 A dish

'Aguachile de camaron' at our restaurant Viva México! / ESP. Un plato 'Aguachile de camaron en nuestro restaurante Viva México!

9 A view

Sunset from the adults' pool. The red and orange hues are incomparable.

/ ESP.

Una vista

El atardecer desde la piscina de adultos. Los colores rojos y anaranjados no tienen parangón.

10 A room

The master suite at The Royal Suites Punta de Mita.

/ ESP. Una

habitación

La master suite en The Royal Suites Punta de Mita.

7

An activity Surfing on the best beach (ours)

/ ESP. Una actividad Surfear en la mejor playa (la nuestra)

8

A massage Zentropia. / ESP. Un masaje

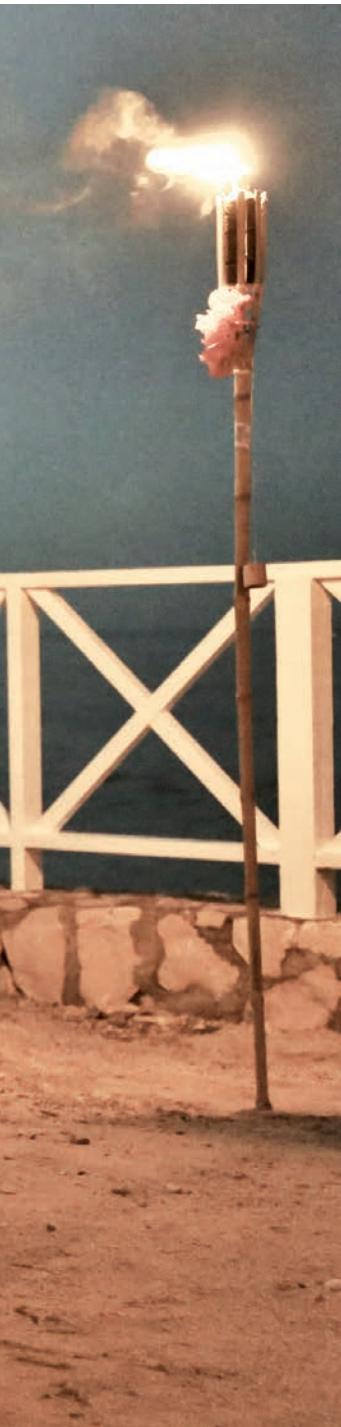
Zentropia.

que en temporada de invierno se pueda disfrutar de ellas. Hemos mejorado y ampliado nuestros servicios ofreciendo a nuestros huéspedes de Grand Palladium room Service, se ofrecerán servicios de alimentos en nuestra alberca principal (helados, hot dogs, algodón de azúcar, etc). Estamos mejorando nuestra oferta de alimentos en nuestros buffet. Hemos puesto recientemente un nuevo menú para el servicio de desayuno, almuerzo y cenas basado en las demandas de nuestros clientes y seguiremos monitoreando sus necesidades para adaptarnos a las mismas. Además, este año contamos con menús especiales para vegetarianos, celiacos y alérgicos. •

NOTICIAS
news

Experience





MOONLIGHT DINNER

CENA BAJO LAS ESTRELLAS

Imagine yourself in one of the Palladium Hotel Group's rooms in the Caribbean. Night falls, and someone comes knocking at your door. They have come to pick you up in a little car that will take you to the beach. You go down a path lined with candles with the sound of the sea in the background, and see a table in the middle of nowhere. An intimate dinner of delicious food paired with wine and champagne and personalized service is about to be served, and you are the guest of honor. First a lobster cocktail and a cream of red prawn; for the main course, Angus strip loin in café de Paris sauce with mashed potatoes and fresh vegetables; and

for dessert, cheesecake on a strawberry coulis. Moonlight Dinner is the perfect way to have a magical, unforgettable evening. Many people choose this format to surprise their partner and ask for their hand in marriage in an incomparable setting. Anniversaries and reunions with friends or family have also been celebrated with these private evenings next to the sea. Palladium's guest relations staff will see to everything: finding the perfect day, time and menu so that everything is special and personalized. Those who have experienced it firsthand say that words can't describe it. So... what are you waiting for?



MOONLIGHT DINNER IS THE PERFECT WAY TO HAVE A MAGICAL, UNFORGETTABLE EVENING. / ESP. LA CENA BAJO LAS ESTRELLAS ES EL EVENTO PERFECTO PARA VIVIR UNA NOCHE MÁGICA E INOLVIDABLE.

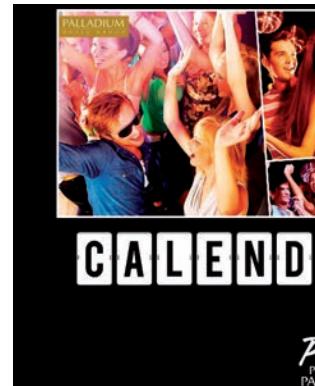
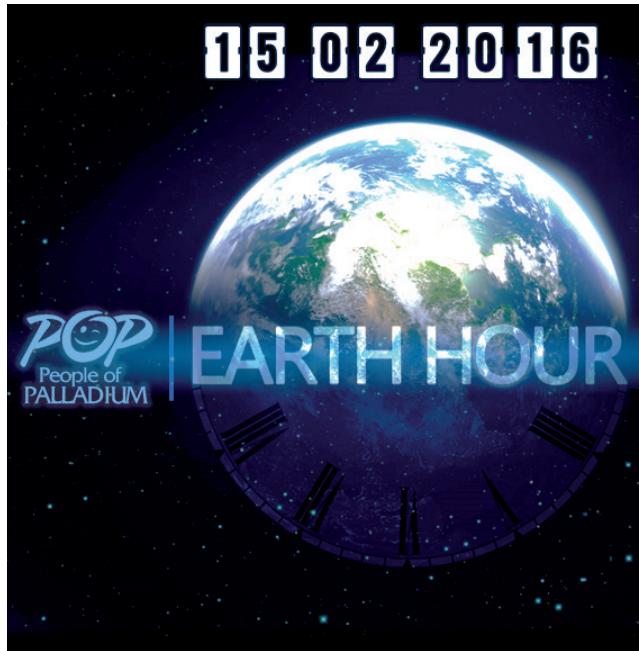
ESP. Imagínate en uno de los hoteles que Palladium Hotel Group tiene en el Caribe. Cae la noche y llaman a la puerta de tu habitación. Te vienen a recoger en un pequeño coche que te lleva hasta la playa. Atraviesas un camino de velas, con el sonido del mar de fondo, y ves una mesa en mitad de la nada. Una cena íntima, con un menú maridado con vino y champagne y servicio personalizado, está a punto de suceder y el comensal eres tú. De primero, un cóctel de langosta y una crema de camarones a la reina; de segundo, strip loin angus en salsa de café Paris servido con puré de patatas y vegetales frescos; de postre un cheese cake sobre culis de fresa. La cena bajo las estrellas es el evento perfecto para vivir una noche mágica e inolvidable. Son muchos los que eligen este formato para sorprender a sus parejas y pedir su mano en un marco inigualable. También aniversarios y reuniones familiares o de amigos se han celebrado en estas veladas privadas junto al mar. Los profesionales de relaciones públicas de Palladium se encargan de todo. Organizar el día, la hora y el menú para que todo sea especial y personalizado. Los que han vivido esta experiencia dicen que no se puede describir con palabras. ¿A qué esperas para probarlo?

GOOD TIMES ARE GUARANTEED WITH PEOPLE OF PALLADIUM

LA FIESTA ESTÁ ASEGURADA CON
PEOPLE OF PALLADIUM

Erase the word “boring” from your vocabulary. There’s no place for it on your vacation, especially if you spend it at one of the resorts in the Palladium Hotel Group. People of Palladium is the entertainment team that works year round planning incredible activities and theme parties. Fun is guaranteed from morning to night in Mexico, Punta Cana and Jamaica, among other places. For 2016 there are already 30 essential dates marked on the calendar. Valentine’s Day, Presidents’ Day, Earth Hour, Mother’s Day, Memorial Day, the 4th of July, Oktober Fest, Halloween... and the list goes on. Expect the best shows and costumes and all the energy and know-how of the entire People of Palladium staff. They’ll make sure you celebrate those special days with a bang.

NOTICIAS
news
POP



ESP. Tacha el aburrimiento de tu vocabulario. No hay espacio para él en tus vacaciones, sobre todo si las pasas en los resorts de Palladium Hotel Group. People of Palladium es el equipo de animadores que trabajan durante todo el año en la programación de increíbles actividades y fiestas temáticas. La diversión está asegurada de la mañana a la noche en México, Punta Cana o Jamaica. Este año 2016 ya hay marcadas en el calendario más de 30 fechas imperdibles. San Valentín, el Día del Presidente, la Hora del Planeta, el Día de la Madre, el Día del Memorial, el 4 de Julio, el Oktober Fest, Halloween... son algunas de ellas. Espera las mejores producciones y vestuarios y toda la energía y buen hacer de todo el staff de People of Palladium. Ellos conseguirán que celebres estos días señalados por todo lo alto.



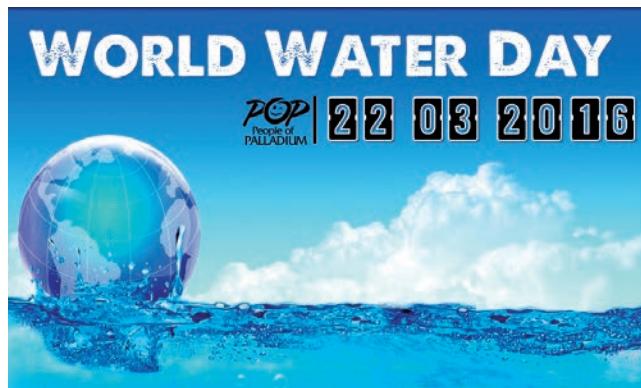
POP
people of
PALLADIUM

2016

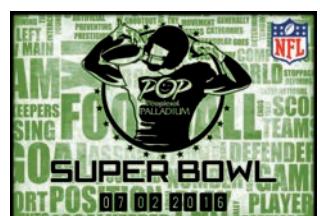


Happy
Father's
Day

Over 30 festivities
will be celebrated in
style at the resorts.
/ ESP. Más de 30
festividades se
celebrarán por todo lo
alto en los resorts.



**EXPECT THE
BEST SHOWS AND
COSTUMES AND
ALL THE ENER-
GY AND KNOW-
HOW OF THE
ENTIRE PEOPLE
OF PALLADIUM
STAFF. / ESP. ESPE-
RA LAS MEJORES
PRODUCCIO-
NES Y VESTUA-
RIOS Y TODA
LA ENERGÍA Y
BUEN HACER DEL
STAFF DE PEOPLE
OF PALLADIUM**



NFL in
the Sport Bar

Every single important NFL game
can be watched at the Sport Bars
of our resorts, so you can cheer on
your team over beer, nachos, hot
dogs and more.

/ ESP. LA NFL EN EL SPORT BAR.
Todos los partidos importantes
de la NFL se programan en los
Sport Bar de los resorts. Allí podrás
animar a tu equipo, mientras
disfrutas del encuentro con
cerveza, nachos, hot dog...

NOTICIAS
news
Raggs



Raggs promote positive and educational values.
/ ESP. Los Raggs promueven valores positivos y educativos.

RAGGS & FRIENDS, PALLADIUM FAVOURITES

RAGGS Y AMIGOS, LOS FAVORITOS DE PALLADIUM

Play at Palladium with Raggs program is definitely a highlight for families. The star of the program is The Raggs, a musical quintet of colorful, instantly likable dogs who perform catchy songs and promote positive and educational values. There is a weekly schedule in every destination that includes a character breakfast, a surf-themed dance party and a pirate-themed show. With plenty of audience participation, colorful costumes and eye-catching sets, these shows provide amazing fun for all ages. The Raggs characters also sing together as The Raggs Band. The rockin' musical group's new live stage show just made its debut at the Palladium's large on-site theaters featuring 10 of the band's hit songs. While the songs are sung primarily in English,

Play at Palladium with Raggs

RAGGS

Raggs is the leader of the band. This canine rock star, lead guitarist and vocalist in the band is full of enthusiasm and positive energy. / **ESP.** Raggs es el cabecilla de la banda. Esta estrella de rock canina, que hace de guitarrista y vocalista principal de la banda, está llena de entusiasmo y energía positiva.

TRILBY

Beautiful violet puppy Trilby is a tomboy and a lady at the same time. She loves music, fashion and sports and wants to live life to the fullest. / **ESP.** El precioso cachorro violeta Trilby es una dama y un poco marimacho al mismo tiempo. Le encantan la música, la moda y los deportes y quiere vivir la vida al máximo.

RAZZLES

Razzles is the most down-to-earth of the dogs. She always has a to-do-list up her sleeve, but still manages to find time to enjoy music and dance. She is multitasking and multigifted. / **ESP.** Razzles es la más modesta. Siempre lleva una lista de tareas bajo el brazo, pero aún así

siempre encuentra tiempo para disfrutar de la música y el baile. Es polifacética y superdotada.

B-MAX

B-Max might be in a wheelchair, but he is definitely the brains of the band. This cheerful keyboardist also plays a saxophone, a trumpet and a guitar. As every genuine problem solver, he is an inventor at heart.

/ **ESP.** B-Max puede que vaya en silla de ruedas, pero es el cerebro de la banda. Este alegre teclista también toca el saxofón, la trompeta y la guitarra. Es muy bueno resolviendo problemas y es un inventor nato.

PIDO

Easygoing and cheerful, Pido is the cool dude, the surfer, the chef and the drummer in the band. He enjoys trying new things, loves going to the beach and cooking food for his friends. /

ESP. Despreocupado y alegre, Pido es un tío cool, el surfero, el chef y el batería de la banda. Le gusta probar cosas nuevas y le encanta ir a la playa y cocinar para sus colegas.



there is added commentary in Spanish and Portuguese. A new Raggs-themed line of children's resort apparel is sold at the Palladium stores throughout all its hotel complexes. Little guests can choose between colorful t-shirts, sun hats, swimsuits, sun dresses and shorts in toddler and children's sizes. A perfect souvenir for your child to take home from a memorable vacation.

ESP. 'Juega en Palladium con los Raggs' es un programa de actividades enfocada para aquellos que viajan en familia. Los Raggs son un colorido quinteto musical de perros super simpáticos que cantan canciones pegadizas y promueven valores positivos y educativos. Hay una programación semanal en todos los destinos Palladium que incluye un desayuno con los personajes, una fiesta de baile de temática surf y un espectáculo de piratas. Con gran participación del público, disfraces coloridos y escenarios llamativos, estos espectáculos proporcionan diversión para todas las edades. Los personajes de Raggs también forman La Banda Raggs, que acaba de estrenar su nuevo espectáculo en vivo en el que interpretan los diez mejores éxitos de la banda sobre los grandes escenarios de todos los complejos Palladium. Aunque las canciones son principalmente interpretadas en inglés, existen comentarios en castellano y portugués. Una nueva colección de moda Raggs Resort para niños está ya a la venta en las tiendas Palladium de todos sus complejos turísticos. Los pequeños huéspedes pueden escoger entre camisetas de diversos colores, gorros, bañadores, vestidos y pantalones cortos. Un souvenir perfecto para que tu hijo se lleve a casa después de unas vacaciones increíbles.



SOCIAL COMMITMENT

COPROMISO SOCIAL

The Minister of Employment and Social Security, Fátima Báñez, presented a plaque from the Fundación Integra to Palladium Hotel Group CEO Abel Matutes Prats for having hired over 100 people in a situation of social exclusion or with disabilities. "These 100 contracts are merely the beginning of a collaboration where everyone wins: the whole society wins," said Matutes Prats. "All people, regardless of their origins and the circumstances that have guided their life, deserve a second chance to help them find their way," said the Palladium CEO. "At some point, we all need that leg up, that motivation to find our place."

ESP. La ministra de Empleo y Seguridad Social, Fátima Báñez, hizo entrega de una placa de la Fundación Integra al director general de Palladium Hotel Group, Abel Matutes Prats, por haber superado las 100 contrataciones de personas en situación de exclusión social y personas con discapacidad. "Estos 100 contratos han sido sólo el punto de partida de una colaboración en la que todos ganamos, en la que toda la sociedad gana" señaló Matutes Prats. Además, agregó que "toda persona, sea cual sea su origen y las circunstancias que han guiado su vida, merece una segunda oportunidad, la que le sirva para encontrar su camino" y afirmó que "todos necesitamos, en algún momento, esa oportunidad, ese empuje y esa motivación que nos haga encontrar nuestro lugar y nuestro norte".

TRIBUTE TO THE EIGHT EMPLOYEES WHO RETIRED IN 2015

Palladium Hotel Group held its annual dinner in honor of employees retiring each year with the theme 'Because now, time is yours'. The event, which took place at the Grand Palladium Palace, was attended by the president of the Grupo Empresas Matutes, Abel Matutes Juan, and its vice president and CEO Abel Matutes Prats. Many executives from the company and family members of the recently-retired employees were also in attendance. Abel Matutes Juan thanked each one of the guests of honor for their dedication and commitment to the company for so many years. According to Abel Matutes Prats, "the work of each and every member of the Group's team is essential for us to keep on growing".

ESP. HOMENAJE A LOS OCHO EMPLEADOS JUBILADOS EN 2015. Palladium Hotel Group celebró su cena anual de homenaje a los empleados que se jubilan bajo el lema 'Porque ahora el tiempo es vuestro'. El acto, que se llevó a cabo en el Grand Palladium Palace, contó con la asistencia del presidente del Grupo Empresas Matutes, Abel Matutes Juan, y de su vicepresidente y director general, Abel Matutes Prats. También estuvieron presentes numerosos directivos de la compañía y familiares de los trabajadores que se retiran. Abel Matutes Juan agradeció a cada una de los recién jubilados su dedicación y entrega desde hace tantos años a la compañía. Por su parte, Abel Matutes Prats, señaló que "la labor de cada trabajador del Grupo es fundamental para que la compañía avance cada día".



VI JORNADA DE CONVIVENCIA

One hundred and seventy Palladium Hotel Group employees took part in the VI Jornada de Convivencia at Hard Rock Hotel Ibiza. With the slogan "The History of Hospitality", employees from different departments participated in dynamic team activities and shared experiences in a different, casual outdoor environment.

ESP. VI JORNADA DE CONVIVENCIA. 170 trabajadores de Palladium Hotel Group participaron en la VI Jornada de Convivencia celebrada en Hard Rock Hotel Ibiza. Bajo el lema 'La Historia de la Hostelería', los empleados de distintos departamentos compartieron actividades, dinámicas por equipos y vivencias en un entorno al aire libre, diferente y distendido.

PALLADIUM BENEFITS CLUB BENEFITS FOR EMPLOYEES

Grupo Empresas Matutes has launched Palladium Benefits Club, a platform of social benefits for its employees, full of discounts on different products and services grouped into various categories such as technology, home, free time, travel, health and more. The initiative is part of the company's Social Benefits program, which aims to make life easier and reduce everyday expenses for those work for the Grupo Empresas Matutes.

ESP. BENEFICIOS PARA EMPLEADOS. Grupo Empresas Matutes impulsa Palladium Benefits Club, una plataforma de beneficios sociales para sus colaboradores en la que encontrarán descuentos sobre diferentes productos y servicios englobados en distintas categorías como tecnología, hogar, tiempo libre, viajes, salud... La iniciativa se enmarca en el programa de Beneficios Sociales con el que cuenta la compañía y que tiene por objetivo hacer la vida más fácil y reducir los gastos del día a día de cualquier empleado de Grupo Empresas Matutes.

Environment

KANTENAH BAY TURTLE CAMP

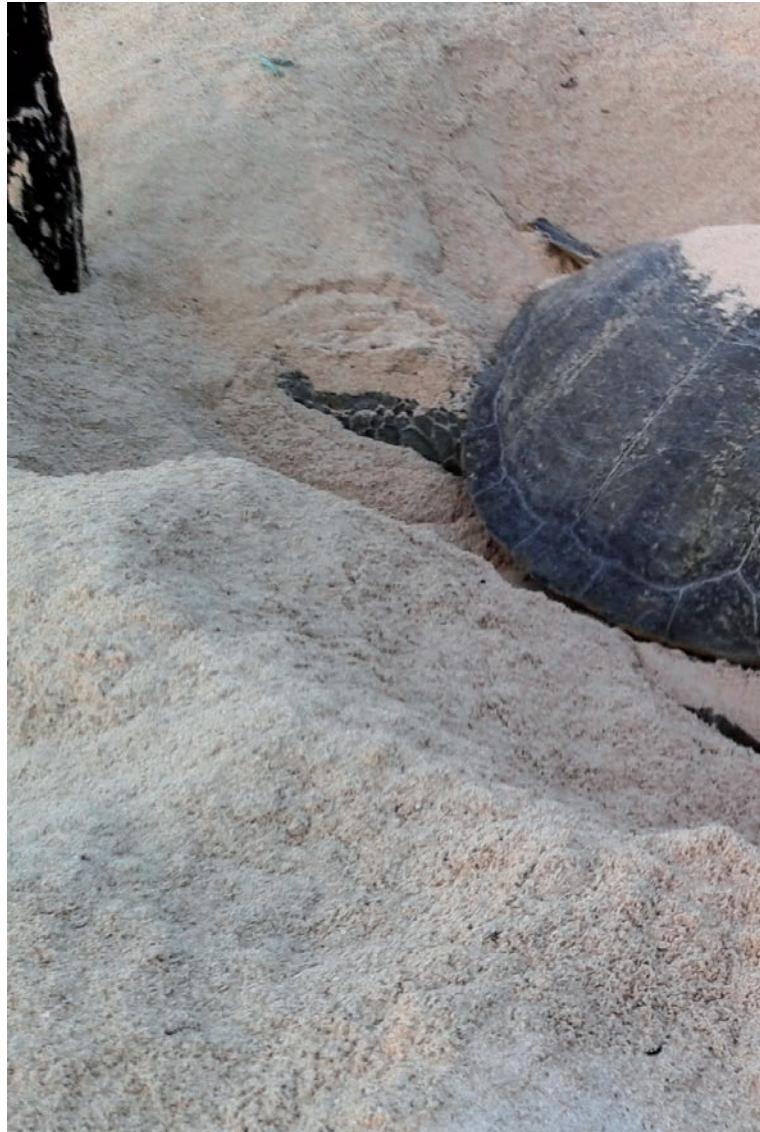
CAMPAMENTO TORTUGUERO
BAHÍA DE KANTENAH

Kantenah Bay, where Palladium Hotel Group's Riviera Maya resort is located, is an important nesting spot for sea turtles. Two species, the Caretta and the Chelonia mydas, crawl up onto the bay's beaches to lay eggs. In 2012 the Palladium Group implemented the Sea Turtle Conservation Program, demonstrating its ongoing commitment to protecting the biodiversity of the destinations where it operates. Thus, from May to October, they set up the Kantenah Bay Turtle Camp. During these months, six people patrol the resort's two

kilometers of beach day and night to protect the nesting turtles, to obtain morphological data on the females and most importantly, to move nests in an at-risk situation to an incubation facility so that the babies are born in a safe environment. From 2012 to 2014 a total of 3,448 nests were protected and 286,482 hatchlings were released into the sea. It is a commendable initiative since these ancient animals are on the endangered species list. Only 1 to 3 out of every 1,000 baby turtles will survive to adulthood.

ESP. La Bahía de Kantenah, donde está situado el resort de Palladium Hotel Group de Riviera Maya, es una importante zona de anidación de tortugas marinas. Dos especies, la caretta y la chelonia mydas, se acercan a las playas de la

bahía a poner huevos. En 2012 Palladium Group impulsó el 'Programa de Conservación de Tortugas Marinas' demostrando, una vez más, su compromiso con la preservación de la biodiversidad de los destinos en los que opera. Así, de mayo a





octubre, montan el campamento tortuguero de la Bahía de Kantenah. Durante esos meses, seis personas patrullan los dos kilómetros de playa que tiene el resort, tanto de día como de noche, para proteger a las tortugas anidadoras,

tomar datos morfológicos de las hembras y, la tarea más importante, trasladar nidos en situación de riesgo a un corral de incubación para que las crías nazcan en un ambiente seguro. De 2012 a 2014 se protegieron un total de 3.448 nidos y se

liberaron 286.482 crías de tortuga al mar. Es una labor encomiable puesto que estas especies milenarias se encuentran en peligro de extinción. Tan sólo entre 1 y 3 de cada 1.000 crías llegará a la vida adulta.

Against the sexual exploitation of children

The Palladium Hotel Group's Jamaica resort has been congratulated by UNICEF for developing the program ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes). The goal of this program is to provide clients with information on cards and brochures and train all the members of its staff to establish an ethical corporate policy against the sexual exploitation of children.

ESP. CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL INFANTIL.
El resort de Palladium Hotel Group en Jamaica ha recibido la felicitación de Unicef por el desarrollo del programa ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) encaminado a acabar con la prostitución infantil, la pornografía infantil y el tráfico de niños y adolescentes con fines sexuales.

El programa tiene por objeto proporcionar información a los clientes a través de tarjetas y folletos así como facilitar formación a todos los miembros del equipo para establecer una política ética corporativa contra la explotación sexual de los niños.

24 HOURS OF FASHION

USHUAÏA HOTEL BEACH CLUB LAUNCHES A COLLECTION OF IDEAL VACATION LOOKS //
USHUAÏA HOTEL BEACH CLUB LANZA UNA COLECCIÓN CON 'LOOKS' IDEALES PARA LAS VACACIONES

BY ÁNGELA HERRERO



SHOP ONLINE. <http://www.ushuaiaofficialstore.com/>

NOTICIAS
news

Fashion

You're thousands of miles away from home. You drop your bag, empty out your pocket onto the table, plop down on the king-size bed and switch off your smartphone. It's official: you're on vacation. Finally. Time to explore: you check out the room service menu, smell the amenities, get acquainted with the air conditioning button and finally, strip off your clothes. Goodbye obligations, hello vacation uniform. Long live swimsuits and flip-flops. To make life easy for you, with that effortless philosophy of theirs, Ushuaïa Hotel and Beach Club has the perfect solution: a fashion collection full of shorts, tops, dresses and lightweight kaftans for the beach, plus sexy outfits for going out at night. Men and children also have plenty to choose from, such as cotton t-shirts with modern prints and all-terrain Bermuda shorts. Trends like boho-chic, camo, 70s details and college style can all be found in a collection that's ideal for vacations. Because even though you couldn't be more comfortable, there's always time to get dressed up a bit.

ESP. Nos encontramos a millas de distancia del hogar. Soltamos la maleta, vaciamos el contenido de nuestros bolsillos sobre la mesa, nos dejamos caer en la cama *king size* y abandonamos el *smartphone* a su suerte. Es oficial: estamos de vacaciones. Por fin. Toca investigar: indagamos en la carta del *room service*, olemos los *amenities*, nos hacemos amigos del botón del aire acondicionado y como remate nos despojamos de la ropa. Adiós ataduras, hola uniforme de vacaciones. Que vivan los bañadores y las *flip flop*. Para hacernos la vida fácil, con esta filosofía *effortless*, Ushuaïa Hotel and Beach Club dispone de la propuesta perfecta: una colección de moda repleta de *shorts*, *tops*, vestidos y caftanes ligeros para la playa, además de conjuntos sexys para las noches de fiesta. Los hombres y los niños también tienen mucho donde elegir entre camisetas de algodón con estampados modernos y bermudas todoterreno. Las tendencias actuales como el *boho style*, el camuflaje, los detalles 70's y el estilo *college* se reflejan en una colección ideal para las vacaciones. Porque aunque estemos en la más absoluta comodidad, nunca hay descanso para ponerse un poco guapo.

1 MORNING

There's nothing more comfy than jean shorts and a cotton t-shirt for the first part of the day. Perfect with sunhats, sandals and other casual accessories. / **ESP. MAÑANA**

Nada más cómodo que un *short* vaquero y una camiseta de algodón para las primeras horas del día.

Perfectos con sombreros, sandalias y otros accesorios *easy going*.





BEACH TIME

2

Sexy colors like red and black for swimsuits and flowers and fringe for kaftans. Easy yet flattering. / **ESP. TIEMPO DE PLAYA** Colores sexys como el rojo y el negro en los bañadores y una apuesta clara por las flores y los flecos para los caftanes. Fácil y favorecedora.

EVENING

3

Simple yet slightly bolder looks. The collection includes all kinds of printed tops and very attractive dresses, with fluorescent t-shirts and black sweatshirt for Him. / **ESP. TARDE** Looks sencillos pero con un punto más atrevido. En la colección hay infinidad de tops con estampados y vestidos cortos muy apetecibles. Para ellos, camisetas flúor y sudaderas negras.



4

NIGHT

Black is the main color, with white for contrast and metallic accents for a sophisticated touch. Nightwear clings to the body, accentuating every curve. Now it's time to dance! / **ESP. NOCHE** El negro como color rey, el blanco como contraste y los brillos para ese toque sofisticado. Las prendas nocturnas se ciñen al cuerpo dibujando la silueta. Ahora toca bailar.



Escuela de (Hard) Rock

(HARD) ROCK SCHOOL

THE HEART OF HARD ROCK COLLECTION DRAWS
INSPIRATION FROM ROCK 'N' ROLL LEGENDS

LA COLECCIÓN 'HEART OF HARD ROCK COLLECTION' SE INSPIRA
EN EL ESTILO ROCKERO DE LAS GRANDES LEYENDAS

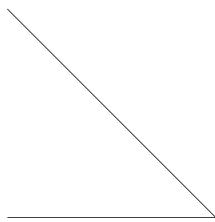
BY ÁNGELA HERRERO



The fact that the influence of Elvis, The Rolling Stones, Bowie, Jim Morrison, Velvet Underground or Sex Pistols goes way beyond music is no news. The contribution these great legends have made to other fields, like the world of fashion, could be written in capital letters—gold if possible—on the back of a black leather jacket. An infinite number of bands and trends fill the pages of rock 'n' roll history. But of all the garments worn by these icons, there are clearly some enduring symbols like the leather and denim jacket, which continue to get reinvented season after season. Currently getting ready for a third summer of success, the exclusive Hard Rock Hotel Ibiza (Spain) boasts its own collection with an authentic spirit. Irreverent symbols decorate tops and t-shirts with a dark air, and leather and denim pieces abound. It's an exclusive selection of articles that capture the bold, sexy essence of great rock stars for a look full of personality.

- 1 **TOTAL BLACK** The entire Heart of Hard Rock Collection, designed by Laura Be, revolves around this color.
/ ESP. NEGRO ABSOLUTO Toda la colección *Heart of Hard Rock Collection*, diseñada por Laura Be, gira alrededor de este color.





ESP. Que el legado de Elvis, los Rolling Stones, Bowie, Jim Morrison, la Velvet Underground o los Sex Pistols va mucho más allá de la música no es nada nuevo. La aportación de estas grandes bandas a otros universos como el de la moda podría escribirse en letra mayúscula y dorada, a ser posible, sobre la parte posterior de una chupa de cuero negro. Infinitas bandas y un sinfín de tendencias llenan las páginas de la historia del rock, pero, indudablemente, hay símbolos imperecederos de la indumentaria de estas grandes leyendas, como la cazadora de cuero o el *denim* que han creado escuela y se reinventan, sin cesar, cada temporada. El exclusivo Hard Rock Hotel de Ibiza (España), que se prepara para un tercer verano de éxitos, presume de tener una colección propia con espíritu auténtico. La simbología irreverente y canalla se dibuja en *tops* y camisetas de aires *dark*, y las piezas de cuero y tejido vaquero no faltan en su propuesta. Una selección exclusiva que recoge la esencia sexy y atrevida de los viejos rockeros para un *look* con mucho carácter.



2

REBELS Prints exude freedom and a rebellious biker spirit.
/ ESP. REBELDES
Los estampados reivindican la libertad y el espíritu motero.

REDES SOCIALES

social networks

Guest Book



Libro de invitados

Guests and employees of Palladium Hotel Group share their experiences on social networks. //
Huéspedes y trabajadores de Palladium Hotel Group comparten sus experiencias en las redes sociales.



Oliver Koc

They are the reason while we come back... / **ESP.** Ellos son la razón por la que volveremos.

Grand Palladium Riviera Maya Resort & Spa
GrandPalladiumRivieraMaya
15,958 FOLLOWERS



Grand Palladium Vallarta Resort & Spa

No matter what time of the year it is, all our pools are heated. / **ESP.** No importa qué época del año es. Todas nuestras piscinas están climatizadas.

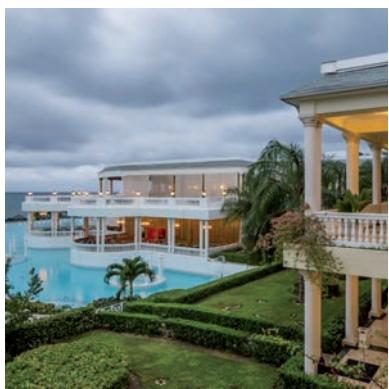
Grand Palladium Vallarta Resort & Spa
GrandPalladiumVallarta
7,939 FOLLOWERS



Palladium Hotel Group

Looking for a kid-friendly resort in Jamaica? / **ESP.** ¿Buscas un resort ideal para viajar con niños a Jamaica?

Palladium Hotel Group
PalladiumHotelGroup
10,453 FOLLOWERS



Stacy Henry CertifiedQueen Domina

You'll always be the love of my life Grand Palladium!!! / **ESP.** Tu siempre serás mi gran amor Grand Palladium.

Grand Palladium Jamaica Resort & Spa
GrandPalladiumJamaica
14,856 FOLLOWERS



Grand Palladium Imbassai Resort & Spa

Who wants to get a massage before going to the beach? Enjoy it at Zentropia Spa & Wellness. / **ESP.** ¿Quién quiere un masaje antes de ir a la playa? Disfruta en Zentropia Spa & Wellnees.

Grand Palladium Imbassai Resort & Spa
GrandPalladiumimbassai
19,600 FOLLOWERS



Palladium Hotel Group

Celebrate your wedding in the world's most romantic place. / **ESP.** Celebra tu boda en el lugar más romántico.

Palladium Hotel Group
palladiumhotelgroup
6,077 FOLLOWERS

PUNTA CANA



GRAND PALLADIUM
BÁVARO SUITES
RESORT & SPA

GRAND PALLADIUM
PUNTA CANA
RESORT & SPA

GRAND PALLADIUM
PALACE RESORT
SPA & CASINO

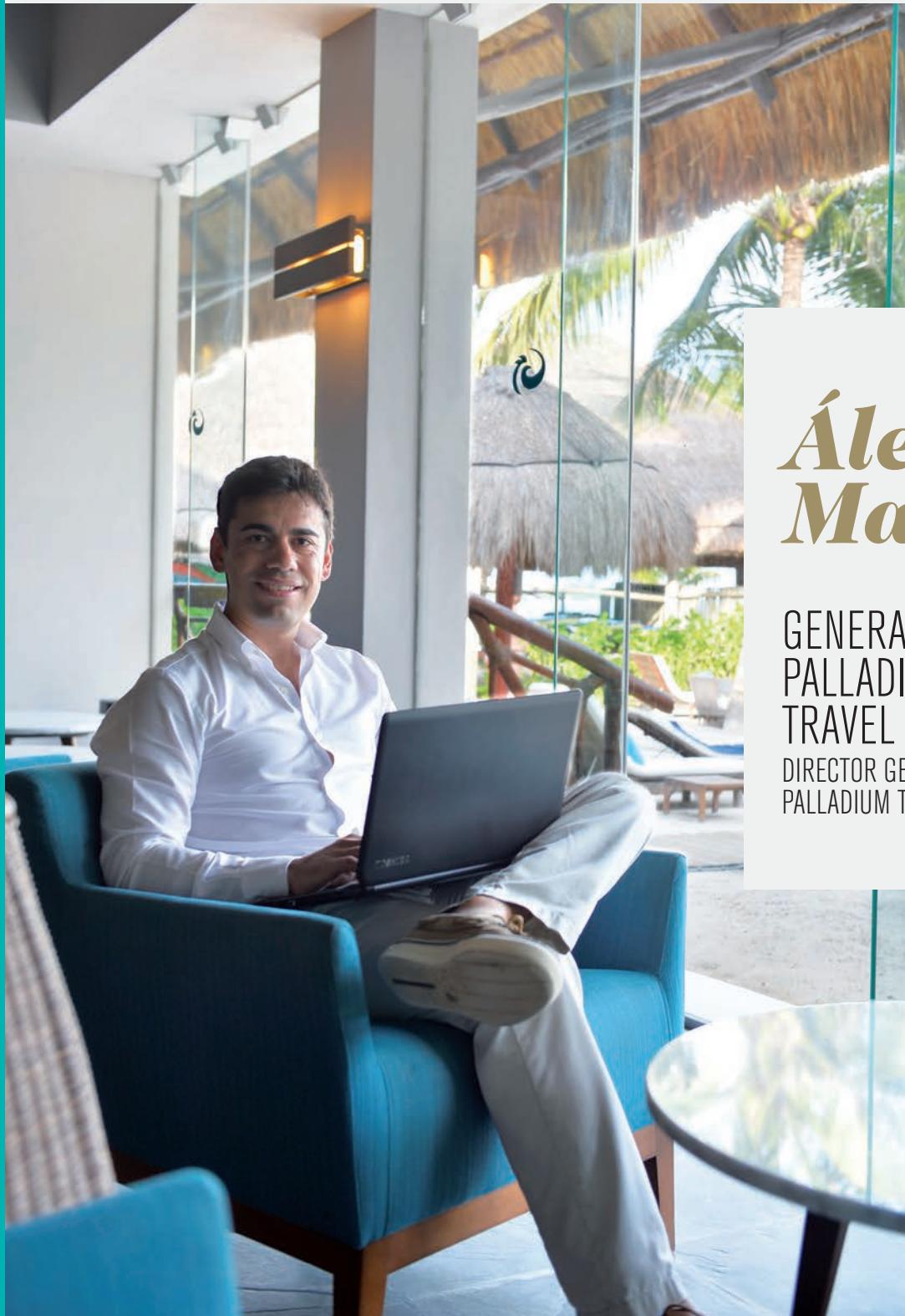


Feel free, it's included

El Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa es el destino perfecto para unas vacaciones en el mar, para desconectar en una playa de arena blanca o explorar la diversidad del paisaje submarino. Con una gran cantidad de actividades al aire libre, un excelente servicio e instalaciones modernas, este hotel exclusivo es el destino ideal para viajes en familia, escapadas románticas o de aventuras.

DISCOVER OUR CLUB

Descubre nuestro club



Álex Martín

GENERAL MANAGER
PALLADIUM
TRAVEL CLUB
DIRECTOR GENERAL
PALLADIUM TRAVEL CLUB

© Gonzalo Castro



**Why are
Palladium
Travel
Club's
clients**

**always so happy? What
do you do to them?**

We listen to them and take their opinions into consideration in order to improve our product and service. Their feedback is essential, because many of them have stayed at all of our hotels and their opinion is very objective. They're our best advisors when it comes to marketing, product design, benchmarking, pricing... no one knows all the channels of our service and the reality of the market better than they do.

**What are the advantages
of belonging to this
club?**

It's a privilege club with both preferential and exclusive services. All our members get preferential rates at Palladium hotels and other establishments in the chain, plus private shuttle service from the airport upon arrival, exclusive rooms and leisure areas, free tours, amenities and a whole lot more... plus a personalized service where our team organizes the member's vacation experience depending on their needs. Our goal is for members to not have to worry about anything but enjoying their vacation with their family

**ESP. ¿Por qué están siempre tan felices los clientes
de Palladium Travel Club? ¿Qué les hacéis?**

Les escuchamos y tomamos en cuenta sus opiniones con el objetivo de mejorar nuestro producto y servicio. Su feedback es fundamental porque muchos de ellos han estado en todos nuestros hoteles y su opinión es altamente objetiva. Son nuestros mejores asesores en marketing, diseño de producto, benchmarking, pricing... nadie mejor que ellos conoce todos los canales de nuestro servicio y la realidad del mercado.

¿Cuáles son las ventajas de formar parte de este club?

Somos un club de privilegios, trato preferencial y servicios exclusivos. Todos los socios disfrutan de tarifas preferenciales en nuestros Palladium así como en otros del resto de la cadena, disponen de servicio de transfer privado a su llegada desde el aeropuerto, recepción privada, habitaciones y áreas de ocio exclusivas, tours gratuitos, amenidades y mucho más... complementado con un servicio personalizado en el

'From guest to family' is our motto, that's why we believe that friendly, personalized service is essential.

ESP. *'From guest to family' es nuestro lema por eso el trato cercano con el socio es fundamental.*

que los compañeros organizan la experiencia vacacional del socio en función de sus necesidades.

Nuestro objetivo es que el socio sólo se preocupe por disfrutar de sus vacaciones con familiares y amigos, del resto nos ocupamos nosotros. Para ello hacemos todo lo posible por conocer las necesidades de nuestros socios e invitados.

Muchos sienten que forman parte de una gran familia...

Siempre hemos querido hacer honor a nuestro lema 'From guest to Family' que va muy alineado al de PHG 'convertir clientes en fans', por este motivo creemos que un trato personal y cercano es fundamental.

Existe una gran diferencia entre dar servicio a un cliente o satisfacer las necesidades reales de una persona, a todos nos gusta estar cómodos en un ambiente distendido y sentir que las otras personas actúan con naturalidad y empatía. Estos valores son difíciles de aprender, están o no en tu ADN, por ese motivo buscamos buenos profesionales pero con ciertos valores. Tenemos muchos compañeros (incluido un servidor) que tienen contacto permanente con socios hasta el punto de crear una amistad que supone un añadido cuando regresan de vacaciones.

¿Qué nuevas sorpresas les tenéis preparadas para este 2016?

En Punta Cana dispondremos de un nuevo Lounge Bar en la playa (siguiendo la línea de otros destinos) y habitaciones exclusivas, algunas de ellas con concepto Family Suites con vistas espectaculares en primera línea de playa. En Jamaica, nuevas suites Ambassador y Signature Residence que es nuestra suite de mayor categoría con concepto de villa (3 habitaciones independientes y piscina privada) situada en un emplazamiento privilegiado con una impresionante puesta de sol. Tendremos la segunda fiesta anual de socios en Jamaica

DISCOVER OUR CLUB

Descubre nuestro club



ESP. *Celebraremos el segundo encuentro anual de socios en Jamaica en el que habrá una fiesta temática, regalos y descuentos.*

(Septiembre), tras la gran acogida de la primera en Riviera Maya, en la que otorgamos descuentos importantes en tarifas, actividades, regalos y una fiesta temática.

Incrementaremos la oferta de beneficios in house, nuevos servicios de atención al socio, incentivos por referir a invitados y mucho más.

Todos los miembros de Travel Club pueden tener acceso a más de 4.000 resorts repartidos por todo el mundo. Es una oferta increíble.

Es un complemento importante para su membresía. Tenemos convenios con grandes compañías consolidadas en este sector que nos permiten completar la oferta en aquellos destinos



© Gonzalo Castro

and friends—we take care of the rest. To achieve that, we do everything in our power to find out the needs of our members and guests.

Many of them feel that they're part of one big family...

We've always wanted to live up to our motto, "From guest to family", which is very much in line with the Palladium Hotel Group's motto: "To make our clients fans". That's why we believe that friendly, personalized service is essential. There is a big difference between providing a service to a client and meeting a person's real needs. We all like to feel comfortable in a relaxed atmosphere and feel that other people are acting in a natural, empathetic way. These values are hard to learn—either they're in your DNA or they're not—which is why we look for good professionals, but ones that also have certain values. A lot of our staff members (including yours truly) are constantly in touch with

donde Palladium no tiene presencia. Es una valor añadido a las opciones del socio y sin duda muy valorable por ellos, pero cabe resaltar que la gran mayoría de nuestros socios prefieren repetir, año tras año, en nuestros hoteles porque sienten que Palladium es su casa y somos una garantía para satisfacer sus expectativas.

We're throwing the second annual member party in Jamaica, where we'll offer major discounts on rates, activities, gifts and a theme party.

with a villa concept (three independent rooms and a private pool), in an exceptional location with an impressive sunset.

We're throwing the second annual member party in Jamaica this September, following the huge success of the first one in Riviera Maya, where we'll offer major discounts on rates, activities, gifts and a theme party.

We're also going to offer more in-house benefits, new customer services, guest referral incentives and much, much more.

- All Travel Club members have access to over 4,000 resorts around the world. An incredible selection.

It's a big perk that comes with membership. We've got agreements with other major hotel groups, which allows us to cover the destinations where Palladium isn't present. It gives our members more options and it's certainly highly valued by them. But it's worth pointing out that the vast majority of Travel Club members prefer to return to our hotels year after year because Palladium is like a second home to them, and we're a guarantee that their expectations will be met.

members, to the point where friendships are made that are an added bonus when they come back to spend another vacation with us.

What new surprises do you have in store for them in 2016?

At Punta Cana we've got a new Lounge Bar on the beach (like the ones at other destinations) and exclusive rooms, including Family Suites with spectacular views right on the seafront. And in Jamaica, new Ambassador and Signature Residence suites, our highest category

DISCOVER OUR CLUB

descubre nuestro club



novedades 2016

What's new for 2016

palladiumtravelclub.com

Palladium Travel Club is ready to give you plenty of reasons to join the Palladium family in 2016. As of late 2015, the new Hummingbird Signature Residence will be available to all our members, plus four new Ambassador suites at our Jamaica destination. Those who have joined for this club will continue to enjoy the best experiences on their vacation. And our new Member Bar is already open in Punta Cana! We must thank all our members for relying on us yet another year, as well as newcomers to this wonderful family. Our intention is to keep on being part of their fondest memories from every trip they take to our Grand Palladium complexes. Our thanks as well to all the members who participated in the first big Love and Peace Party in Riviera Maya. The next one will be in Jamaica.



Palladium Travel Club está listo para que en 2016 tengas muchas más razones para entrar a formar parte de la familia Palladium. Desde finales de 2015 está disponible para todos nuestros socios la nueva Hummingbird Signature Residence y cuatro nuevas Ambassador en nuestro destino de Jamaica.

Quienes han confiado en este club continuarán disfrutando de las mejores experiencias en sus vacaciones. ¡Y ya tenemos

listo nuestro nuevo Bar de Socios en Punta Cana!

Tenemos que dar las gracias a todos nuestros socios que confiaron en nosotros un año más y a los que se han sumado a esta gran familia. Nuestra intención es seguir formando parte de sus mejores

recuerdos en cada uno de los viajes realizados a nuestros complejos Grand Palladium. Aprovechamos también para mostrar nuestro agradecimiento a todos los socios que participaron en la primera gran Fiesta Love and Peace, en Riviera Maya. La próxima será en Jamaica.

Join the Palladium Travel Club Family and enjoy all kinds of new promotions throughout the year.

¡Únete a la Familia Palladium Travel Club! Y disfruta de las novedades que a lo largo del año iremos revelando.

Follow us on our social networks

Sigue nuestros perfiles en redes sociales



www.facebook.com/PalladiumTravelClub

www.twitter.com/PalladiumTC

Visit our web at Visita nuestra web en

www.palladiumtravelclub.com

for more information about membership and all the benefits you could enjoy.

para más información sobre la membresía y todos los beneficios a disfrutar.



PEACE AND LOVE PARTY

First annual party for Palladium Travel Club members.

2015 was a very special year for Palladium Travel Club, since we threw our first annual member party. Grand Palladium Riviera Maya Resort & Spa welcomed all those who came to celebrate this event. On the days leading up to the big party, all kinds of events and activities were held in our Members Lounge Beach, so they would have a ball along with our Riviera Maya staff.

An evening of live jazz and Mexican pachanga served as the preamble to the main bash. Expectations were high, and the Peace and Love Party couldn't disappoint.

The night of the party, it rained. Things were not looking bright, yet our staff and members kept a positive attitude. Laura López, the manager of our Travel Club in Riviera Maya, had committed herself body and soul to the event, and with her contagious energy she

grabbed the microphone, thanked the staff and guests before giving way to the band, and we all ended up infected with the spirit of the Peace and Love Party. To the rhythm of 'Ah, ha, ha, ha, Stayin Alive', the festivities began. The highlight of the evening was when members and staff sang in unison to songs like 'Sweet Home Alabama' and 'I Can't Get No Satisfaction'. This union between members and collaborators was the perfect illustration of our slogan, "From Guest to Family". Because Palladium Travel Club is all that and much, much more. Of course, the event wouldn't be complete without prizes. The lucky winners were Joy Poulsen, Robert Evans and Kathleen Leibel, who will get to enjoy a week for two at any of our Palladium hotels in the Caribbean. If you're not a member yet... what are you waiting for? And if you already are, we'll see you next year in Jamaica!

ESP. PEACE AND LOVE PARTY

Primera fiesta anual de socios

Palladium Travel Club

2015 fue un año muy especial para Palladium Travel Club, ya que celebramos la primera fiesta anual de socios. Grand Palladium Riviera Maya Resort & Spa acogió a los socios que se dieron cita para celebrar este acontecimiento. Los días previos a la gran fiesta se organizaron multitud de eventos y actividades dentro de nuestro members lounge beach, con la intención de que nuestros socios disfrutaran junto con nuestro staff de Riviera Maya.

Una tarde de jazz en vivo y la Mexican pachanga fueron el preámbulo a nuestra fiesta principal. Las expectativas eran altas y la Peace and Love Party no podía fallar. La noche de la fiesta la lluvia se hizo presente. El panorama no era nada alentador, sin embargo la actitud del staff y de los socios no decayó en ningún momento. Laura López, nuestra gerente del Travel Club en Riviera Maya, se había comprometido en cuerpo y alma con el evento y con cada uno de los socios y haciendo acopio de su contagiosa energía se apoderó del micro, agradeció a su staff, y a los invitados antes de dar paso a la música en vivo de la banda y todos terminamos impregnados del espíritu de lo que es una gran fiesta 'Peace and Love'.

Al ritmo de 'Ah, ha, ha, ha, stayin alive', comenzó la fiesta. El punto de mayor euforia fue cuando los socios y el staff corearon al unísono canciones como 'Sweet home Alabama' y 'I can't get no satisfaction'. Esta unión entre socios y colaboradores hizo que nuestro slogan "From guest to family" se palpase en su máxima expresión. Eso y más es ¡Palladium Travel Club!

Y como no podía faltar, premiamos a nuestros socios y los afortunados fueron Joy Poulsen, Robert Evans y Kathleen Leibel. Se llevaron una semana gratis para dos personas en cualquiera de nuestros hoteles Palladium del Caribe. Si aún no eres socio ¿Qué esperas? Y si ya eres socio ¡Te esperamos el próximo año en Jamaica!

DISCOVER OUR CLUB

descubre nuestro club



DISCOVER OUR NEW MEMBERS LOUNGE BEACH IN PUNTA CANA

Committed to offering our members a superior stay, and as another benefit of belonging to the Palladium Travel Club family, this past November we inaugurated the new Members Lounge Beach in Punta Cana, where our members will enjoy incredible views thanks to its exclusive location and unbeatable facilities.

The lounge offers a wide selection of premium drinks and cocktails, a varied menu of canapés and snacks, internet access, computers and printers and an air-conditioned bar area.

Come and discover why our Members Lounge Beach in Punta Cana rivals our Members Lounge Beach in Riviera Maya, Vallarta and Jamaica in beauty, privacy and luxury.

At Members Lounge Beach, Palladium Travel Club members enjoy privacy while listening to the sound of the sea.

ESP. DESCUBRE NUESTRO NUEVO MEMBERS LOUNGE BEACH EN PUNTA CANA

Con el compromiso de ofrecer una estancia de calidad superior a nuestros socios y como parte de los beneficios de formar parte de la familia Palladium Travel Club, inauguramos el pasado noviembre en Punta Cana el nuevo Members Lounge Beach, desde donde nuestros socios disfrutarán de increíbles vistas gracias a su privilegiada ubicación e inmejorables instalaciones. El lounge dispone de un amplio menú de bebidas Premium y coctelería, menú variado de canapés y snacks, acceso a Internet, ordenadores e impresoras y zona de bar climatizada. Ven y descubre por qué nuestro

Members Lounge Beach en Punta Cana compite en belleza, privacidad y lujo, con nuestros Members Lounge Beach en Riviera Maya, Vallarta y Jamaica.



En los Members Lounge Beach, los socios de Palladium Travel Club encuentran privacidad mientras escuchan el sonido del mar



Holding a new life of **privileges**

The best way to **enjoy** PALLADIUM HOTELS & RESORTS



From Guest to Family

ALL INCLUSIVE PRIVILEGES · PRIVATE AIRPORT TRANSFERS · VACATION REWARDS PROGRAM

WANT TO KNOW MORE?



info@palladiumtravelclub.com

www.palladiumtravelclub.com

Europe: +52-984-873-4801

Restrictions apply. Some benefits valid for stays of 7 nights minimum and travelling using the membership

Where

DÓNDE

Palladium
Hotels
& Resorts
APP



Available on the
App Store



Google play

INFORMATION AND RESERVATIONS

www.palladiumhotelgroup.com



3 hotels
Nayarit
Rivera

1 hotel
Santo
Domingo

5 hotels
Mayan
Rivera

4 hotels
Punta
Cana

2 hotels
Lucea
Montego
Bay

MEXICO
DOMINICAN
REPUBLIC

JAMAICA



Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa The resort is located in a heavenly setting, surrounded by autochthonous tropical vegetation and a private beach. // El resort en el que se ubica el hotel está situado en un enclave paradisíaco, rodeado de vegetación tropical autóctona y con playa privada.



Grand Palladium Imbassáí Resort & Spa

Located on an incredible beach on Brazil's Green Coast. // El hotel está situado frente una increíble playa en la Costa Verde de Brasil.

BRAZIL

1 hotel
Imbassáí





GRAND PALLADIUM BÁVARO SUITES RESORT & SPA



THE ROYAL SUITES
by Palladium

MEXICO. Mayan Riviera

THE ROYAL SUITES YUCATÁN

by Palladium ★★★★

Carretera Chetumal-Puerto Juárez Km,
256-100, 77110 Municipio Solidaridad - Riviera Maya
(Mexico)
Phone: +52 9848 772100

MEXICO. Nayarit Riviera

THE ROYAL SUITES PUNTA DE MITA

by Palladium ★★★★

Carretera Punta de Mita Km. 11.5, 63734 Bahía de
Banderas - Riviera Nayarit (Mexico)
Phone: +52 3292 269900

DOMINICAN REPUBLIC. Punta Cana

THE ROYAL SUITES TURQUESA

by Palladium ★★★★

El Cortecito, Playa Bávaro Phone: +180 9 221 81 49



GRAND PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

SPAIN. Ibiza

**GRAND PALLADIUM PALACE IBIZA
RESORT & SPA ★★★★**

Playa d'en Bossa s/n, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396784

**GRAND PALLADIUM WHITE ISLAND
RESORT & SPA ★★★★**

Playa d'en Bossa s/n, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396717

MEXICO. Mayan Riviera

**GRAND PALLADIUM COLONIAL
RESORT & SPA ★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad
Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM KANTENAH
RESORT & SPA ★★★★**

Carretera Chetumal-Puerto
Juárez Km, 256-100, 77710
Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM WHITE SAND
RESORT & SPA ★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM RIVIERA
RESORT & SPA ★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100



GRAND PALLADIUM VALLARTA SUITES RESORT & SPA

MEXICO. Nayarit Riviera

**GRAND PALLADIUM VALLARTA
RESORT & SPA ★★★★**

Carretera Punta de Mita Km. 11.5,
63734 Bahía de Banderas.
Phone: +52 3292 269900

DOMINICAN REPUBLIC. Punta Cana

**GRAND PALLADIUM PUNTA CANA
RESORT & SPA ★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro,
Phone: +001 80 9 221 07 19

**GRAND PALLADIUM BÁVARO SUITES
RESORT & SPA ★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro, Punta Cana -
Dominican Republic.
Phone: +1 809 2218149

**GRAND PALLADIUM PALACE
RESORT SPA & CASINO ★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro, Punta Cana -
Dominican Republic. Phone: +18 092 210719

JAMAICA. Montego Bay

GRAND PALLADIUM JAMAICA RESORT & SPA ★★★★

Lucea - Montego Bay - Jamaica
Phone: +876 619 0000

GRAND PALLADIUM LADY HAMILTON RESORT & SPA ★★★★

Lucea - Montego Bay - Jamaica
Phone: +876 619 0000

BRAZIL. Salvador de Bahia

GRAND PALLADIUM IMBASSAÍ RESORT & SPA ★★★★

Rodovia BA 099, km 65, Linha Verde, Condomínio
Reserva Imbassaí, CEP: 48280-000, Brazil
Phone: +55 71 3642-7272



PALLADIUM HOTELS

SPAIN. Ibiza

PALLADIUM HOTEL PALMYRA ★★★SUP

Avda. Doctor Fleming 18, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971 340354

PALLADIUM HOTEL DON CARLOS ★★★SUP

Los Rosales 53, 07849 Sta. Eulalia. Ibiza
Phone: +34 971 330128

PALLADIUM HOTEL CALA LLONGA ★★★

Calle Monte Aconcagua, s/n. Cala Llonga,
07849 Santa Eulalia
Phone: +34 971 196501



SPAIN. Ibiza

AGROTURISMO SA TALAIA

Es puig 8 - Ses Païsses - 07820 Ibiza
Phone: +34 971 341557

GRAND PALLADIUM WHITE SAND RESORT & SPA





FIESTA HOTELS & RESORTS

SPAIN. Ibiza

FIESTA HOTEL CALA GRACIÓ ****

Ctra. Cala Gració s/n, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971341300

FIESTA HOTEL TANIT ***

Ctra. Cala Gració s/n, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971341300

FIESTA HOTEL MILORD ***

C/ La Rioja 9, 07829 San José. Ibiza
Phone: +34 971341227

FIESTA HOTEL CALA NOVA ***

C/ Cala Nova - Es Cana, 07849
Sta. Eulalia. Ibiza
Phone: +34 971 330300

SPAIN. Menorca

FIESTA HOTEL CASTELL PLAYA ****

Urb. Arenal d'en Castell, 07740 Menorca
Phone: +34 971 358088

ITALY. Sicily

FIESTA HOTEL ATHÈNEE PALACE ****

Viale Imera SS 131 Km 204.3
90010 Campofelice di Roccella
Palermo (Sicily)
Phone: +39 0921 930011

FIESTA HOTEL GARDEN BEACH ****

Viale Imera SS 131 Km 204.3
90010 Campofelice di Roccella - Palermo (Sicily)
Phone: +39 0921 935053

DOMINICAN REPUBLIC. Santo Domingo

DOMINICAN FIESTA HOTEL & CASINO *****

Avenida Anacaona 101, Esquina Cibao Oeste. Sector
los Cacicazgos - Santo Domingo
Phone: +18 095 628222

HARD ROCK HOTEL IBIZA





USHUAÏA IBIZA
BEACH HOTEL

SPAIN. Ibiza

THE USHUAÏA CLUB *****

Playa d'en Bossa 10, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396710

THE USHUAÏA TOWER *****

Playa d'en Bossa 10,
07817 Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396710



SPAIN. Madrid



ONLY YOU HOTEL &
LOUNGE MADRID *****
Calle Barquillo, 21, 28004, Madrid
Phone: +34 91 005 22 22

AYRE GRAN HOTEL COLÓN *****

C/ del Pez Volador 1,
28007 Madrid
Phone: +34 91 400 99 00

SPAIN. Barcelona

AYRE HOTEL GRAN VÍA *****

Gran Vía de les Corts Catalanes 322,
08004 Barcelona
Phone: +34 93 367 55 00

AYRE HOTEL CASPE *****

C/ Caspe 103, 08013 Barcelona.
Phone: +34 93 246 70 00

AYRE HOTEL ROSELLÓN *****

Carrer Roselló, 390.
08025 Barcelona
Phone: +34 93 600 92 00

SPAIN. Valencia

AYRE HOTEL ASTORIA PALACE *****

Pl. Rodrigo Botet 5, 46002 Valencia.
Phone: +34 96 3981000

SPAIN. Seville

AYRE HOTEL SEVILLA *****

Avda. de Kansas City 7. 41018 Sevilla.
Phone: +34 954 919797

SPAIN. Cordoba

AYRE HOTEL CÓRDOBA *****

Poeta Alonso Bonilla 3, 14012 Córdoba.
Phone: +34 957 767476

SPAIN. Oviedo

AYRE HOTEL OVIEDO ***SUP**

Policarpo Herrero s/n, 33006 Oviedo
Phone: +34 985 964 777

AYRE HOTEL RAMIRO I *****

Calvo Sotelo, 13, 33007, Oviedo.
Phone: +34 985 232 850

AYRE HOTEL ALFONSO II *****

Ramiro I, 30, 33012, Oviedo.
Phone: +34 985 277 660



HARD ROCK HOTELS
(FRANCHISED BRAND)

SPAIN. Ibiza

HARD ROCK HOTEL IBIZA *****

Carretera Playa D'en Bossa S/N
07817 Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396726

SPAIN. Tenerife

HARD ROCK HOTEL TENERIFE *****

Avenida de Adeje 300, S/N
38678 Playa Paraíso, Adeje. Tenerife.

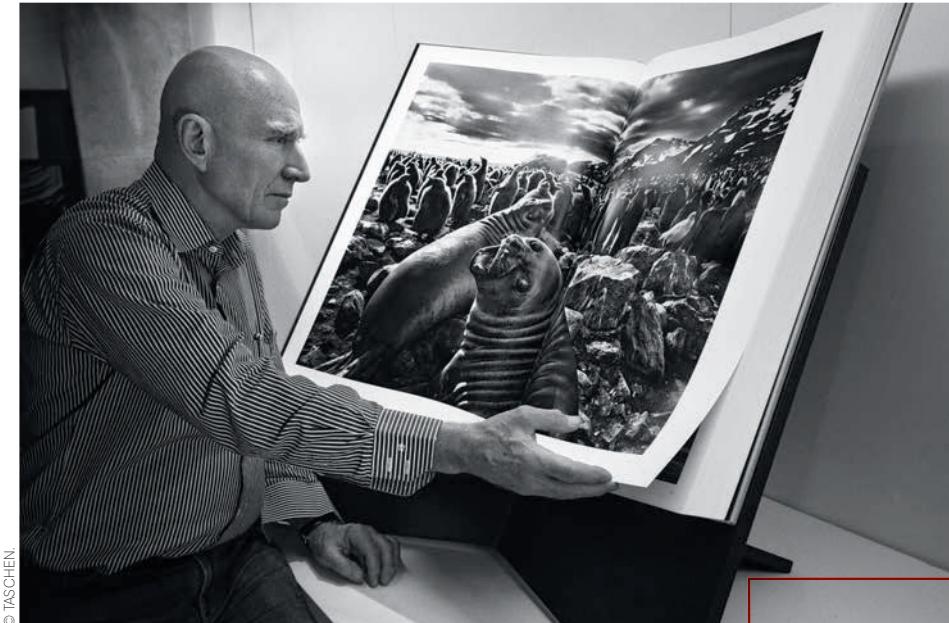
Journey to the Centre of the Earth



Workers at the
gold mine in Serra
Pelada, Brazil.

/ ESP.

Trabajadores en
la mina de oro
de Serra Pelada,
Brasil.



© TASCHEN

Salgado, with his
book *Genesis*.
/ ESP. Salgado,
con su libro
Genesis.

“You photograph
with all
your ideology”,
SEBASTIÃO SALGADO

BY **Nicola Corfield**

FOR DECADES, THE RENOWNED PHOTOGRAPHER SEBASTIÃO SALGADO TRAVELED AROUND THE GLOBE, DOCUMENTING MAJOR NEWS EVENTS AND EARNING HIMSELF INTERNATIONAL ACCLAIM. BUT NOW HE'S SHIFTED HIS FOCUS, RECALLING HIS ROOTS – AND THOSE OF THE PLANET ITSELF.

VIAJE AL CENTRO DE LA TIERRA. Durante décadas, el famoso fotógrafo Sebastião Salgado ha viajado por todo el mundo documentando los sucesos más importantes del planeta, lo que le ha valido un gran aclamo internacional. Un renfoque en su vida le ha llevado a recuperar sus propias raíces y las del planeta mismo.



© Sebastião Salgado / Amazonas images / TASCHEN

ENG | ESP

Deep in the Valley of the River Doce, a sparsely populated area between the states of Minas Gerais and Espírito Santo in eastern Brazil, lies an idyllic natural paradise. Dense subtropical rainforest covers sweeping hillsides that are threaded through with flowing streams and creeks, home to hundreds of species of birds, anteaters, monkeys, raccoons and pumas. Beautiful, but unremarkable, perhaps – save for the fact that it was not always this way. Less than 20 years ago, this area was completely devastated by development and deforestation, its soil badly eroded and flora and fauna almost non-existent: a wasteland.

Its metamorphosis is the result of the efforts of the Instituto Terra organisation, founded in 1998 by the celebrated photographer Sebastião Salgado and his wife Lélia with the aim of restoring this damaged environment. Salgado's passion for the land runs deep: this former cattle farm was his family home and he spent the first 15 years of his life here, before setting out on an extraordinary journey that would take him across the globe many times over until he was brought back full circle.

Dinka group at Pagarau cattle camp. Southern Sudan, 2006. / **ESP.** Grupo Dinka en el campamento de ganado Pagarau. Sudán del Sur, 2006.

En medio del Valle del Río Doce, una zona escasamente poblada entre las regiones de Minas Gerais y Espíritu Santo al este de Brasil, yace un paraíso natural e idílico. Las densas selvas subtropicales cubren vastas laderas que se ven entrecruzadas por arroyos y riachuelos, el hogar de cientos de especies de aves, osos hormigueros, monos, mapaches y pumas. Aunque hermoso puede que no sea especialmente destacable – si no fuera por el hecho de que no siempre fue así. Hace menos de 20 años, esta zona sufrió la devastación a causa del desarrollo y deforestación, su suelo fue erosionado y la flora y fauna fueron prácticamente extinguidas convirtiéndolo un terreno baldío.

Su metamorfosis es el resultado del trabajo de la organización Instituto Terra, fundada en 1998 por el celebrado fotógrafo Sebastião Salgado y su mujer Lélia con el propósito de restaurar el dañado entorno. La pasión de Salgado por la tierra la lleva en la sangre: esta antigua granja de ganado era el hogar de su familia y fue allí donde pasó sus primeros 15 años de vida, antes de partir en un viaje extraordinario que le llevaría a cruzar el mun-

Widely regarded as one of the greatest documentary photographers of our time, Salgado has captured some of the world's most important events – from oil fires in the Gulf to war and the plight of refugees – in powerful monochrome images that have won him more than 50 international prizes, a UNICEF ambassadorship and international renown. His photographs are striking in their beauty, depth and precision, with sharp contrasts of light and shadow in epic, almost otherworldly images.

While Salgado's natural talent is evident, his route into photography was not straightforward. He left home at the age of 15 to study in the provincial capital, later training in economics and becoming inspired by leftist politics. In 1969, at the age of 25, he and Lélia fled from Brazil during the era of military dictatorship, moving first to France and then to London, where he worked as an economist for the International Coffee Organisation. Travelling frequently to Africa on trips connected to the World Bank, he began taking his first photographs in the early 1970s, becoming deeply inspired and returning to Paris with Lélia

do en varias ocasiones hasta regresar a su punto de partida. Considerado como uno de los fotógrafos documentales más grandes de nuestro tiempo, Salgado ha sabido captar algunos de los acontecimientos más importantes del mundo – desde los incendios en plataformas petrolíferas del Golfo, a la guerra y la grave situación de los refugiados – en poderosas imágenes en blanco y negro con las que ha conseguido más de 50 premios internacionales, su nombramiento como embajador de la UNICEF y gran reconocimiento mundial. Sus fotografías resaltan por su belleza, intensidad y precisión, con agudos contrastes de luz y sombras que juegan en unas imágenes épicas y casi etéreas. Mientras que el talento natural de Salgado es evidente, su introducción en el mundo de la fotografía no fue inmediato. Dejó su hogar a los quince años para estudiar en la capital de la provincia, para después estudiar económicas y más tarde introducirse en política izquierdista. En 1969, a los veinticinco años, él y Lélia abandonaron Brasil durante la dictadura militar, mudándose primero a Francia y más tarde a Londres, donde trabajó como economista para la Organización Interna-



GENESIS. AFRICA

In Genesis, Sebastiao Salgado and Lélia Wanick Salgado have captured places and peoples untouched by modern society. In Africa, Salgado pays tribute to the African continent: its people, its history and its remarkable nature. / **ESP.** En Genesis, Sebastiao Salgado y Lélia Wanick Salgado retratan parajes y pueblos que han eludido la impronta de la sociedad moderna. En África, Salgado homenajea al continente africano, a su gente, a su historia y a su maravillosa naturaleza.

in 1973 to begin a new life as a photographer. Salgado describes photography as “a total invasion in my life”, abandoning everything to follow his passion. He began to freelance for a number of European and American magazines, alongside pursuing his own photographic projects. His travels took him all over the world, working on reportages informed by his economic background and political beliefs. “You photograph with all your ideology,” Salgado is quoted as saying, and his humanitarian approach is apparent from the very first of his books, *Otras Américas*, created over an eight-year period as he travelled through Brazil, Ecuador, Bolivia, Peru, Guatemala and Mexico to capture images of rural communities. His simple compositions reveal the harshness of life for many of the people he photographed, yet there is a powerful dignity and beauty in the representation of all of his subjects.

Throughout the '80s and '90s, Salgado continued to explore his concerns with dispossessed and exploited communities across the globe, documenting famines in Africa, epic feats of manual labour, and the displacement of people due to wars and natural disasters. “What I want is to create a dis-

cional de Café. En sus viajes a África relacionados con el Banco Mundial a principios de los años 70, fue cuando empezó a tomar sus primeras fotografías, lo que le inspiró profundamente y le llevó a tomar la decisión de regresar a París con Lélia en 1973 para comenzar una nueva vida como fotógrafo.

Salgado describe su fotografía como “una invasión total de mi vida”, abandonándolo todo para obedecer a su pasión. Empezó como *freelance* para una serie de publicaciones europeas y americanas, además de sus propios proyectos fotográficos. Sus viajes le llevaron por todo el mundo, trabajando en reportajes basados en su pasado como economista y sus creencias políticas. “Una fotografía con toda su ideología”, cita Salgado, y su enfoque humanitario es evidente desde su primer libro *Otras Américas*, creado durante un periodo de ocho años mientras viajaba por Brasil, Ecuador, Bolivia, Perú, Guatemala y México captando imágenes de las comunidades rurales. Sus composiciones sencillas revelan la dura vida de las personas que fotografió, sin embargo existe dignidad y belleza en la representación de todos sus sujetos.

A lo largo de los años 80 y 90, Salgado continuó explorando sus preocupaciones con las comunidades explotadas y des-



© Sebastião Salgado / Amazônia images / TASCHEN



© Sebastião Salgado / Amazônia images / TASCHEN

**“Uno fotografía
con toda
su ideología”**

SEBASTIÃO SALGADO

During the genocide,
in less than 3 days over
100,000 Rwandan
refugees. / **ESP.** Durante el
genocidio, en menos de 3
días, se desplazaron más
de 100.000 refugiados
ruandeses.

ENG | ESP

cussion about what is happening around the world and to provoke some debate with these pictures,” said Salgado at the time. A noble aim – yet one that took its toll. Salgado’s trips to Rwanda and the Congo in the mid ’90s left him traumatised after witnessing such intense suffering, and led him to question his work as a social photographer. “When I left there, I no longer believed in anything, in any salvation for the human species,” Salgado has since said. Physically and psychologically damaged, he made the decision to step back from photography and return to his homeland. On his return, Salgado’s parents, who were growing frailer, decided to transfer their farm to him and Lélia. The land,

poseidas del mundo, documentando el hambre en África, hazañas épicas de trabajo manual y el éxodo de pueblos a consecuencia de guerras y desastres naturales. “Lo que quiero es hacer que se hable sobre lo que está ocurriendo en todo el mundo y provocar un debate con estas imágenes”, dijo Salgado entonces. Un propósito noble – aunque uno que le pasó factura. Los viajes de Salgado a Ruanda y El Congo a mediados de los 90 le dejaron traumatisizado después de presenciar tanto sufrimiento y le llevaron a cuestionar su trabajo como fotógrafo social. “Cuando me marché de allí, ya no creía en nada, en ningún tipo de salvación para la especie humana”, dijo Salgado. Con secuelas físicas y psicológicas, tomó la de-



ENG | ESP

Lake in the crater of the Bisoke Volcano.
/ ESP. Lago en el cráter del volcán Bisoke.

which had been more than 50% rainforest when Salgado was growing up, was now less than 0.5% rainforest – “It was as dead as I was,” said Salgado. Lélia suggested that they recreate the ecosystem that had been destroyed, and so the couple ploughed their energy into this new project, recruiting partners and raising funds. Their efforts were an unprecedented success: more than 2 million trees have since been replanted on the Salgado family farm and surrounding areas, and much of the land has been declared a Private Natural Heritage Reserve. The Instituto Terra’s work has now evolved into a wider project, with an educational campaign and an outreach programme providing advice to the local community and people working in the forest region.

The success of the Instituto Terra didn’t only heal the land. The work sparked a deep love for the environment in Salgado, and a desire to return to his creative work as a photographer. Determined to share his newfound passion for the planet, in 2004 he embarked on a new series of travels – this time in search of animals, landscapes and communities around the globe that remain pure and untouched by modern society. For nine years, this ambitious journey led Salgado to create some of his finest work – what he refers to as a “homage to the grandeur of nature” – which was finally published as the book and series of exhibitions *Genesis* in 2013. His hope, he says, is that these images, alongside the ongoing efforts of Instituto Terra, will inspire people to preserve the natural beauty the world still has left. He now campaigns all around the world to spread awareness about the institute’s work and the importance of protecting our forests. “We want to create a discussion about what we have that is still pristine on this planet,” says Salgado, “and what we must hold onto if we want to live, to have some equilibrium in our life.” •



© Instituto Terra/ Ricardo Beliel

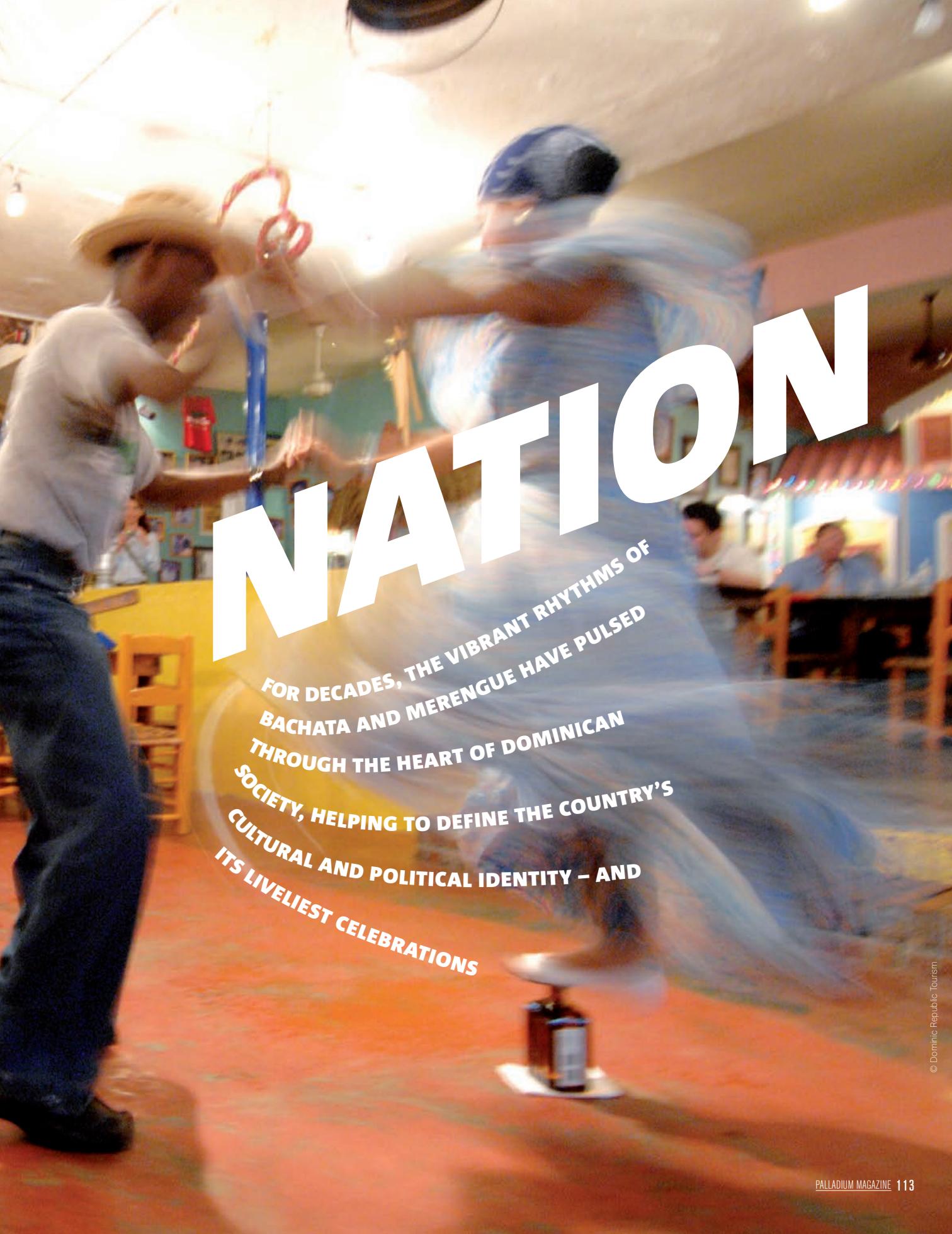
cisión de abandonar la fotografía para regresar a su país natal. A su regreso, los padres de Salgado, quienes estaban cada vez más débiles, decidieron cederles la granja a él y Lélia. La selva que había ocupado más del 50% del terreno cuando Salgado era niño, ahora ocupaba menos del 0,5% - “Estaba tan muerta como yo”, afirmó Salgado. Lélia sugirió recrear el ecosistema que había sido destruido y para ello la pareja invirtió toda su energía en este nuevo proyecto, reclutando socios y recaudando fondos. Sus esfuerzos tuvieron un éxito sin precedentes: más de 2 millones de árboles han sido replantados desde entonces en la granja de la familia Salgado y zonas colindantes y gran parte del terreno ha sido declarado Reserva Natural Privada. El trabajo del Instituto Terra ahora ha evolucionado en un proyecto aún más amplio, con una campaña de concienciación y educación y un programa que proporciona consejo a la comunidad local y gente que trabaja en la región de la selva.

El éxito del Instituto Terra no sólo subsanó la tierra. El trabajo desató una mayor pasión de Salgado por el entorno y un deseo de regresar a su obra creativa como fotógrafo. Con la determinación de compartir su recién encontrada pasión por el planeta, en 2004 se embarcó en una nueva serie de viajes – esta vez en busca de animales, paisajes y comunidades de todo el mundo que permanecen en un estado puro e inalterado por la sociedad moderna. Durante nueve años, sus ambiciosos viajes impulsaron a Salgado a crear algunas de sus mejores obras – a las que él se refiere como “homenaje a la grandeza de la naturaleza” – que finalmente fueron publicadas en un libro y una serie de exposiciones titulados *Génesis* en 2013. Su esperanza, según él, es que esas imágenes, junto a los continuos esfuerzos del Instituto Terra, inspiren a la gente para conservar la belleza natural que todavía queda en el mundo. Ahora hace campaña por todo el mundo divulgando la obra del instituto y la importancia de proteger nuestros bosques y selvas. “Queremos crear un debate sobre lo que continúa siendo virgen en este planeta”, dice Salgado, “y sobre lo que debemos preservar si queremos vivir, conservando algún tipo de equilibrio en nuestra vida”. •

RHYTHM

BY Nicola Corfield



A blurred photograph capturing the energy of a salsa dance floor. In the foreground, two men are dancing; one wears a white shirt and a straw hat, the other a blue shirt and a blue bandana. A silver bongo drum sits on the floor in the lower right. The background shows a colorful wall with framed pictures and a person sitting at a table.

NATION

FOR DECADES, THE VIBRANT RHYTHMS OF
BACHATA AND MERENGUE HAVE PULSED
THROUGH THE HEART OF DOMINICAN
SOCIETY, HELPING TO DEFINE THE COUNTRY'S
CULTURAL AND POLITICAL IDENTITY – AND
ITS LIVeliEST CELEBRATIONS



The truest expression of a people is in its dance and its music. Bodies never lie.” So said the American dancer and choreographer Agnes de

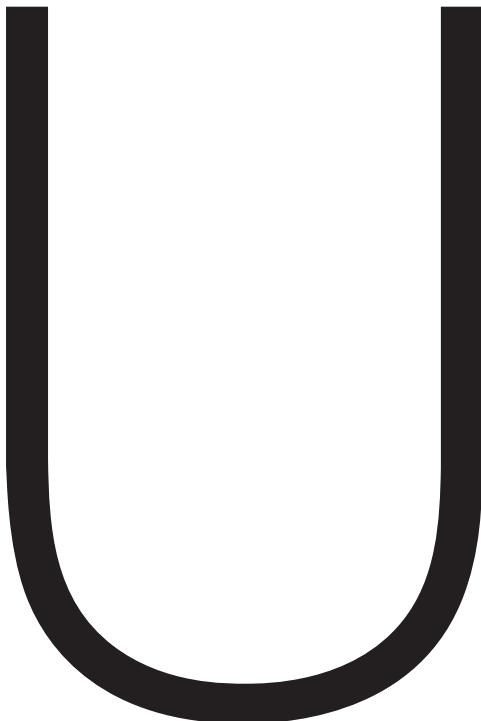
Mille, and perhaps never was this more true than in the Dominican Republic, where the soulful rhythms of merengue and bachata are at the heart of national identity. Part of the rich fabric of everyday life in Dominican society, these lively, sensual songs and dances can be enjoyed in bars, clubs, festivals and street performances all over the country. Yet they hold a much deeper significance than that of just social celebration, for both are intricately interwoven with the country’s turbulent history, shaped by and helping to shape its political and cultural evolution.

Merengue is the older of the two styles, and both the Dominican Republic and its neighbour Haiti, with whom it shares the island of Hispaniola, lay claim to its origin. Hispaniola’s complex history makes it difficult to discern the truth; having been colonised since the 1490s by the Spanish and later the French, the island’s different territories have gone through a series of conflicts and invasions, with the Dominican Republic eventually gaining independence from Haiti in 1844. The roots of merengue, which is thought to have begun in the early to mid 1800s, have blurred along the shifting boundaries of these two nations – while to add to the confusion, some ethnomusicologists believe that in its early history merengue was also performed in Cuba, Puerto Rico, Colombia and Venezuela.

Although its exact origins are a matter of debate, merengue is known to feature a fusion of the European ‘contre danse’ or ‘contradanza’ form with African rhythms. One story has it that the dance’s dragging foot movement can be traced back to the African slaves in Hispaniola, who cut sugar to the beat of drums while chained together by one leg, being forced to drag the foot. The other tale goes that a hero

Merengue is known to feature a fusion of the European ‘contre danse’ form with African rhythms.
/ ESP. El merengue se caracteriza por una fusión de ‘contre danse’ europea con ritmos africanos.

DURANTE DÉCADAS, LOS VIBRANTES RITMOS DE LA BACHATA Y EL MERENGUE HAN LATIDO A TRAVÉS DEL CORAZÓN DE LA SOCIEDAD DOMINICANA, AYUDANDO A DEFINIR LA IDENTIDAD CULTURAL Y POLÍTICA DEL PAÍS – Y SUS MÁS ALEGRES CELEBRACIONES



NA NACIÓN CON RITMO. “La verdadera expresión de un pueblo está en su baile y su música. Los cuerpos nunca mienten”. Es una cita de la bailarina y coreógrafa americana Agnes de Mille, y algo muy cierto en la República Dominicana, donde los ritmos del merengue y la bachata están en el corazón de su identidad nacional. Estas canciones y bailes animados y sensuales se pueden escuchar en bares, clubes, festivales y actuaciones callejeras por todo el país. Sin embargo,



ENG | ESP

Johnny Ventura is one
of the great voices
of merengue. / ESP.
Johnny Ventura es una
de las grandes voces del
merengue.

of one of the revolutions on the island was wounded in the leg and out of sympathy the villagers emulated his limping style while dancing.

Merengue's African roots, plus its often bawdy musical lyrics, meant that it was initially looked down on by the upper classes, while the rural communities embraced it. This all changed in the 1930s as a result of the dictator Rafael Trujillo, who exploited merengue as a political and social tool, declaring it an official national symbol of the Dominican Republic and having numerous propaganda songs written about himself and his regime. After his assassination in 1961, merengue continued to retain its popularity throughout the country, blossoming into the cultural phenomenon it remains today.

The most prominent style in the Dominican Republic is still the tipico version from the Cibao region, which was originally played with string instruments, as well as the tambora drum and the güira (a scraper). An urban big-band version also developed alongside the tipico style, influenced by jazz and Cuban mambo, while in the latter 20th century different styles have been influenced by rock, salsa, reggae, house and rap. Merengue was brought overseas by Dominican immigrants in the 1960s, and since then top Dominican artists such as Johnny Ventura, Wilfrido Vargas, Juan Luis Guerra and Los Hermanos Rosario have helped to popularise it around the world. In contrast to merengue's joyful, up-tempo style, bachata is a more melancholy genre that has drawn comparisons with American blues. Despite having only developed in the 1960s, bachata has a rich history – and has also courted plenty of controversy. The music and dance came from

guardian un significado más profundo que el de una simple celebración social, ya que están entrelazados con la historia turbulenta de la nación, donde han cobrado forma e incluso han ayudado a la evolución cultural y política de República Dominicana.

El merengue es el más antiguo de los dos géneros, y tanto la República Dominicana como su vecina Haití, con quien comparte la isla de La Española, proclaman sus orígenes. La compleja historia de La Española hace que sea difícil averiguar la verdad; después de haber sido colonizada desde los años 1490 por los españoles y más tarde por los franceses, los distintos territorios de la isla han pasado por una serie de conflictos e invasiones, con la República Dominicana obteniendo la independencia de Haití en 1844. Las raíces del merengue, que se creen originarias de entre principios y mediados del siglo XIX, son confusas entre las fronteras cambiantes de estas dos naciones – y para crear aún mayor confusión, algunos etimólogos creen que en sus primeros días el merengue también sonaba en Cuba, Puerto Rico, Colombia y Venezuela.

Aunque sus orígenes exactos son cuestión de debate, el merengue se caracteriza por una fusión de 'contradanza' o 'contradanza' europea con ritmos africanos. Otra conjectura es que el origen del movimiento de arrastrar el pie en el baile se puede rastrear en los esclavos africanos en La Española, que cortaban el azúcar para golpear los tambores mientras estaban encadenados juntos de una pierna, siendo forzados a arrastrar el pie. Otra historia cuenta que un héroe de una de sus revoluciones fue herido en una pierna y por simpatía los pueblerinos emularon su cojera mientras bailaban.



Merengue Festival
in Santo Domingo is
a big party. / **ESP.** El
Festival de Merengue
en Santo Domingo es
toda una fiesta.

| **ESP**



Las raíces africanas del merengue, además de sus letras, a menudo subidas de tono, hicieron que las clases superiores lo menospreciaran, mientras que las comunidades rurales lo acogieron. Esto cambió en los años 30 gracias al dictador Rafael Trujillo, quien explotó el merengue como una herramienta política y social, declarándolo un símbolo nacional de la República Dominicana haciendo que se escribieran varias canciones propagandísticas sobre él y su régimen. Después de su asesinato en 1961, el merengue continuó reteniendo su popularidad por todo el país, floreciendo hasta convertirse en el fenómeno cultural que continúa siendo hoy.

El estilo más popular hoy en día en la República Dominicana sigue siendo la versión típica de la región de Cibao, que se tocaba originalmente con instrumentos de cuerda, además de una tambora y una güira. Una versión urbana al estilo de una gran banda también se desarrolló junto con el estilo típico, influenciada por el jazz y el mambo cubano, mientras que a finales del siglo XX varios estilos han ido influenciando el género como el rock, salsa, reggae, house y rap. El merengue fue exportado por los inmigrantes dominicanos en los años 60, Juan Luis Guerra y Los Hermanos Rosario han ayudado a popularizarlo por todo el mundo.

En contraste con el estilo animado y alegre del merengue, la bachata es un género más melancólico que ha sido a menudo comparado con el blues norteamericano. A pesar de haber sido desarrollado en los años 60, la bachata tiene una historia rica – y también mucha controversia. La música y el baile surgieron de los barrios rurales de la República Dominicana y, al igual que el merengue en sus principios, la bachata se asociaba originalmente con los elementos “menos

the rural neighbourhoods of the Dominican Republic and, just like merengue in its early days, bachata was originally associated with the ‘less desirable’ elements of society. Unlike merengue, bachata remained marginalised within the country for decades, and was almost unheard of internationally until the 1990s.

Bachata music and dance were originally influenced by the Cuban bolero and the son, which were introduced to the Dominican Republic by a wave of immigrants in the late 1800s. Like the bolero, bachata’s lyrics are often related to love, though because bachata is generally more dramatic and erotic and often revolves around hopelessness and lost love, it has also been called *música de amargue* – music of bitterness. The term bachata was initially used to refer to rural or ‘low-class’ get-togethers that revolved around music, food and drink; the term later came to be applied to the music and the accompanying dance. Bachata was not named by the musicians themselves, but instead by the upper classes as a derogatory term that implied it was common. As the bachata evolved, it came to be associated with brothels, bars and working-class urban neighbourhoods, becoming further stigmatised as vulgar and immoral.

It was only around the 1990s that bachata began to move from the margins to the mainstream, thanks to a more modernised electric sound and the incorporation of influences from merengue and salsa, which made it more danceable. In 1991, Juan Luis Guerra achieved international success with his album Bachata Rosa, while other stars such as Luis Vargas, Antony Santos and Monchy y Alexandra also helped to move bachata into the mainstream. As bachata music and dance have become more popular, they have also become increasingly elaborate, with many songs combining influences such as rhythm and blues, rock, hip-hop and reggae, as well as dance fusion spin-offs with tango and merengue.

Numerous variations of bachata and merengue are now celebrated all over the Dominican Republic, with top festivals including the Merengue Festival in Santo Domingo every July/August, and the 8th Bachata Festival and Dance Adventure, which is set to take place in January 2016. While bachata and merengue look set to evolve even more as time goes by, whatever shape they take, these beautiful art forms are sure to remain an intrinsic part of the rich culture from which they came. •

Around the 1990s, bachata started to go mainstream.
/ ESP. En los años 90 la bachata empezó a salir de los barrios marginales.

deseables” de la sociedad. A diferencia del merengue, la bachata continúo marginada dentro del país durante décadas, y prácticamente no se conoció internacionalmente hasta los años 90.

La música y baile bachata recibieron influencias principalmente del bolero y el son cubano, que fueron introducidos en la República Dominicana a través de una ola de inmigrantes a finales del siglo XIX. Como el bolero, la letra de la bachata a menudo está relacionada con el amor, aunque la bachata es generalmente más dramática y erótica y a menudo se centra en la desesperación y el desamor, por eso también se la conoce como música de amargue. El término bachata fue inicialmente utilizado para referirse a las reuniones de las bajas clases sociales o campesinos que se centraban en la música, comida y bebidas; el término pasó a aplicarse más tarde a la música y a la danza que lo acompañaba. Los músicos mismos no nombraron la bachata, sino que fueron las clases más altas como término derogatorio que insinuaba que era algo ordinario. Así como la bachata fue evolucionando, se asoció a burdeles, bares y vecindarios de la clase obrera, estigmatizándolo aún más como algo vulgar e inmoral.

Fue sólo hacia los años 90 cuando la bachata empezó a salir de los barrios marginales y entrar a formar parte de la cultura popular, gracias a un sonido eléctrico más modernizado y a la incorporación de influencias del merengue y la salsa, que lo hicieron más bailable. En 1991, Juan Luis Guerra logró el éxito internacional con su álbum Bachata Rosa, mientras que otras estrellas como Luis Vargas, Antony Santos y Monchy y Alexandra también ayudaron a popularizar la bachata y a hacerla más elaborada con muchas canciones combinando influencias del rhythm and blues, rock, hip hop y reggae, además de una fusión de baile con el tango y el merengue.

Ahora se celebran numerosas variaciones de bachata y merengue en toda la República Dominicana, entre los festivales más populares están el Merengue Festival en

Santo Domingo cada julio/agosto, y el 8º Festival de Bachata y Dance Adventure que tuvo lugar en enero de 2016. La bachata y el merengue seguirán evolucionando con el tiempo pero seguro que seguirán formando parte intrínseca de la vasta cultura del país •



INDIGENOUS LEGACY HERENCIA INDÍGENA

BY **Silvia APARICIO**

**THE INDIGENOUS
PEOPLES OF MEXICO
AND THEIR STRUGGLE TO
SURVIVE.**

LA LUCHA POR LA
SUPERVIVENCIA DE LOS
PUEBLOS INDÍGENAS
MEXICANOS.



To talk about Mexico as a country is to talk about history, tradition and cultural diversity. Today Mexico is a nation based on its ancient past and, though there are currently countless doubts about the civilizations that founded it, one thing is for sure: they have left us a rich legacy of art, language, festivities and religion that is gradually gaining momentum and splendor thanks to the pride of their descendants. A human, cultural heritage well worth discovering because while it may be true that globalization brings us closer together, it's diversity that enriches us.

Much of this legacy is owed to the so-called indigenous peoples, a series of ethnic groups who identify as descendants of the original inhabitants of Mesoamerica. The exact definition of what is acknowledged as Mesoamerican is a bone of contention among scholars of this ancient civilization—we're talking over 4,500 years ago—but they often allude to an economy based on agriculture, with corn as the principal crop; the use of two calendars (a ritual calendar with 260 days and an agricultural calendar with 365); human sacrifices as a part of religious rituals, the manufacture and use of tools made of stone and other minerals and the absence of metalworking, among other aspects.

Today, there 56 recognized indigenous groups: a total of 15 million people who speak up to 60 native languages. They are the Mayans, the Huicholes, the Tepehuans, the Mexicaneros... peoples who fight to preserve their language and other parts of their culture for generations to come. For instance, the native tongues of many of these groups are in serious danger because even though most of them have been recognized as national languages, in the same category as Spanish, in practice their official use is limited to the publication of a handful of laws and educational materials and the lowest levels of bilingual education, and are very rarely used in the media. Indigenous children prefer to speak Spanish to fit in with the majority, because even though the country makes an effort to help them and recognize their heritage, this sector of Mexican society is still somewhat marginalized.

Despite all these obstacles, Mexico's proud indigenous peoples are stressing the importance of preserving their traditional celebrations, usually tied to their religion, and of course their arts and crafts, which are now highly prized.

One example of this union of art and religion can be found, for example, in the crafts made in the Nayarit Riviera by the Huicholes and Coras. They are among the few ethnic groups who have maintained their ancient customs and



ENG | ESP

Hablar de México como país es, sobre todo, hablar de historia, de tradición y de diversidad cultural. El México de hoy es una nación basada en su pasado ancestral y, aunque hoy en día aún existen infinidad de dudas sobre las civilizaciones que la fundaron, queda todo un legado de arte, idioma, fiestas y religión que poco a poco gana fuerza y esplendor gracias al orgullo de sus descendientes. Un patrimonio humano y cultural digno de conocer porque es cierto que la globalización nos acerca los unos a los otros pero la diversidad es lo que nos enriquece.

Gran parte de esa herencia, que se siente hoy con fuerza, se debe a los llamados pueblos indígenas, un conjunto de colectividades que asumen una identidad étnica y que se definen como pueblos autóctonos descendientes de las sociedades mesoamericanas. La definición exacta de lo que se acepta como mesoamericano es objeto de discusión entre los estudiosos de esta antigua civilización, hablamos de hace más de 4.500 años, pero con frecuencia se menciona una economía con base agrícola, con el cultivo del maíz como protagonista; el uso de dos calendarios, el ritual de 260 días y el civil de 365; los sacrificios humanos como parte de las expresiones religiosas; el uso de la tecnología lítica, la construcción y uso de herramientas de piedra u otros minerales y la ausencia de metalurgia, entre otros.

Hoy en día, todos estos pueblos indígenas se agrupan en más de 56 grupos étnicos repartidos entre unos 1.5 millones de personas que hablan hasta 60 lenguas diferentes originarias. Son los Mayas, los Huicholes, los Tepehuanos, Mexicaneros... pueblos que se resisten a que sus idiomas y otros aspectos de su cultura se pierdan. Por ejemplo, la diversidad lingüística de muchos de estos pueblos está en serio peligro porque, aunque la mayor parte han sido reconocidas como lenguas nacionales, en la misma categoría que el español, en realidad, su uso oficial está muy limitado y se reduce a la publicación de algunas leyes y materiales divulgativos, a los niveles más bajos de la educación bilingüe, y sólo muy ocasionalmente tienen presencia en medios de comunicación. En la actualidad los niños indígenas prefieren hablar castellano para integrarse con la mayoría porque, aunque el país se esfuerce por ayudarlos y reconocer su patrimonio, lo cierto es que existe cierta separación y en algunos casos marginación hacia este sector de la sociedad mexicana.

A pesar de las dificultades, los pueblos indígenas tiran de orgullo y están haciendo hincapié en mantener la tradición de sus fiestas, normalmente unidas a su religión y por supuesto, también, a su hoy tan preciada artesanía.

Un conjunto que define el folclore mexicano.

Una muestra de esta unión entre arte y religión se refleja, por ejemplo, en la artesanía que podemos encontrar en Riviera Nayarit, elaborada por los Huicholes y Coras, que son de las pocas etnias que ha retenido sus costumbres y tradiciones originales

Catrina has become a national icon, stressing the country's spiritual wealth and multicultural identity. / **ESP.** La Catrina se ha vuelto un ícono y resalta la riqueza espiritual del país y el mestizaje.



© Cordon





© Contacío

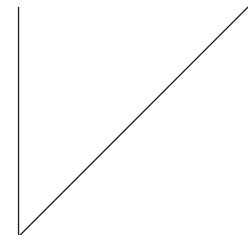


© Cordon



MAYAS

SÍMBOLOS
The Mayan calendar is a device that enables a greater self-awareness. It allowed them to access a fourth dimension of reality where everything is unlimited, based on telepathy, synchrony and unconditional love. / **ESP.** El calendario maya es una herramienta para lograr un camino de auto conocimiento, que les permitía pasar de la tercera a la cuarta dimensión, donde todo es ilimitado y cuya base es la telepatía, la sincronía y el amor incondicional.



traditions, which also gives them business and educational opportunities. In the case of the Huichol, they often make beautiful figures of the sun or rain gods and beaded necklaces, bracelets and rings that reflect their beliefs, while the Coras are known for their wool yarn backpacks, hats, Equipal chairs with leather seats and clay pots. In this case, we're talking about everyday objects because their indigenous ancestors made no distinction between the fine arts and arts and crafts. Their work included—and continues to include—pottery, basketwork and textiles.

As far as festivities are concerned, there are two key dates. One of them is less well-known and relatively new, yet very important in terms of the official recognition of all these peoples: Indian American Day. In 1940—on April 19, to be precise—the Mexican president at the time, Lázaro Cárdenas del Río, organized the Inter-American Indigenous Conference. By doing so, he encouraged indigenous peoples to engage in dialogue, which helped develop and strengthen organizations that have promoted important legislative initiatives and fostered the study, in schools in universities, of the real problems these peoples currently face.

Finally, we have the most famous festival in Mexico and the world: the Day of the Dead. Although many think it's a celebration of Christian—and therefore Spanish—origin, it is not. There is a record of rituals to honor the dead performed by the Mexica, Mayan, Purépecha and Totonaca peoples that shows that it was common practice to preserve skulls as trophies and present them during the rituals that symbolized death and rebirth. It took place on the ninth month of the Mexican solar calendar, around the beginning of August, and lasted for an entire month. The goddess Mictecacíhuatl, known as the "Lady of Death", presided over the festivities. Today she is tied to "Catrina", a character created by José Guadalupe Posada, a famous Mexican illustrator and caricature artist who used skulls, calaveras and skeletons to make political and social critiques.

Today, like many other aspects of indigenous culture, this festival has incorporated many Catholic customs and even certain aspects of American holidays, a very common occurrence in the diverse, modern-day Mexico. It may be a pity that it is losing many of its original traditions and customs, or perhaps it's just part of an inevitable, natural evolution. But the important thing—the thing that we mustn't forget—is that knowing where we come from will always help us know where we're going. •



ENG | ESP

y que además, les brinda oportunidades comerciales y educativas. Es muy común ver, en la etnia Huichol, bellas figuras que representan los dioses del sol o de la lluvia o sus pulseras, anillos y collares de cuentas de cristal que expresan sus creencias. Y entre las artesanías que elaboran los Coras encontramos mochilas de lana, sombreros, equipales (sillas con asiento de piel) y ollas de barro. En este caso, objetos de uso cotidiano porque para sus antepasados indígenas no existía una diferencia entre las artes y las artesanías. La cerámica, la cestería y los textiles, formaban parte de su producción artística.

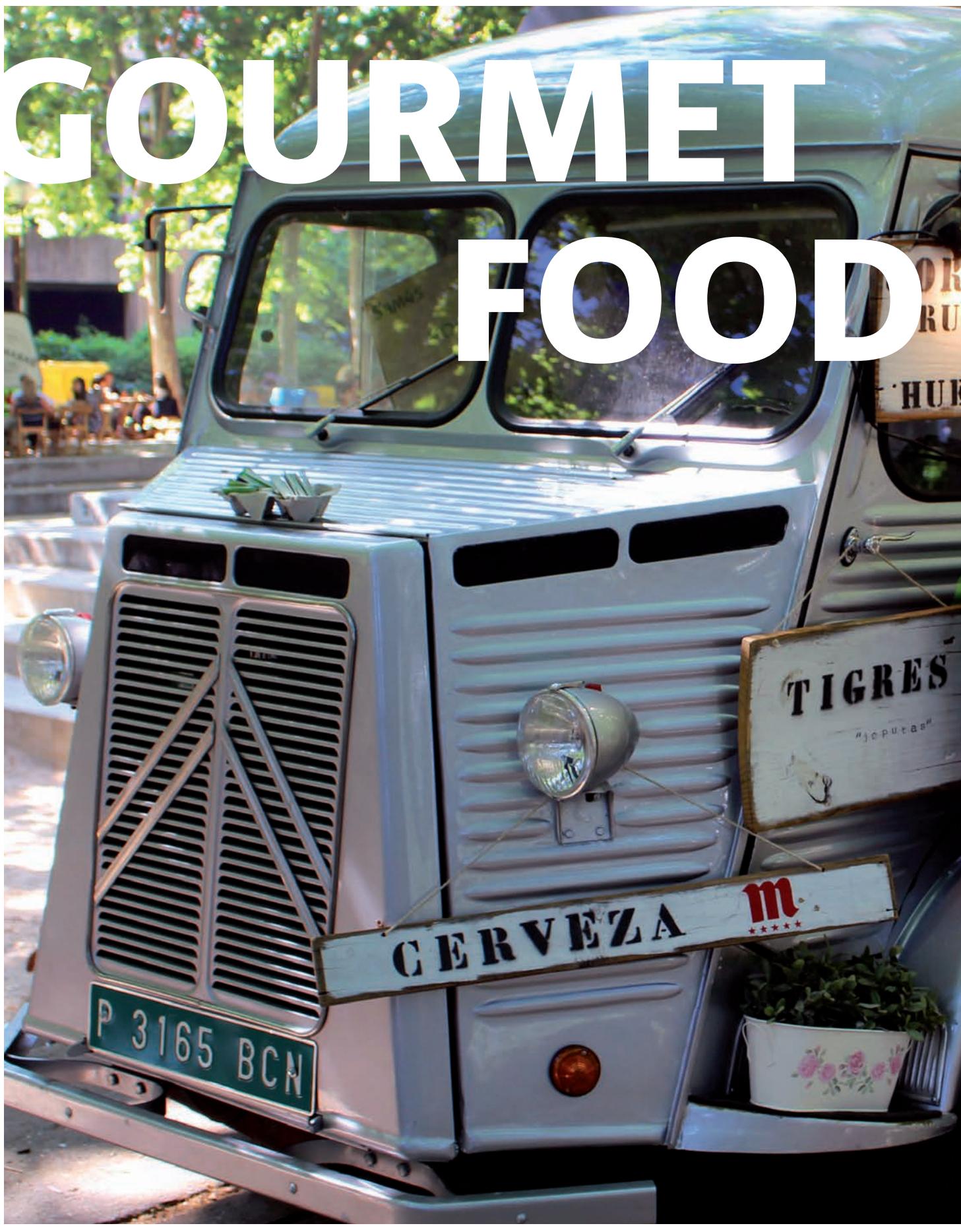
En el capítulo festivo, existen dos fechas significativas. Una menos conocida por todos y relativamente nueva pero muy importante en el avance al reconocimiento oficial de todos estos pueblos, El Día del Indio Americano. Y es que, en 1940, concretamente el 19 de abril, el presidente Mexicano en funciones, Lázaro Cárdenas del Río, organizó la Conferencia Interamericana Indigenista, es decir, animó a los propios pueblos indígenas al diálogo, lo que contribuyó al desarrollo y fortalecimiento de organizaciones que han promovido logros legislativos de significativa importancia e impulsado el estudio realista en escuelas y universidades sobre los problemas a los que se enfrentan actualmente.

Y acabamos con la fiesta más conocida de México y en el mundo entero, El día de los Muertos, que, aunque muchos crean que es de origen cristiano y por tanto español, no es así, ya que sus orígenes son anteriores a la conquista española. Hay registro de rituales que celebran la vida de los ancestros en las etnias Mexica, Maya, Purépecha y totonaca donde era común la práctica de conservar los cráneos como trofeos y mostrarlos durante los rituales que simbolizaban la muerte y el renacimiento. Se conmemoraba el noveno mes del calendario solar mexica, cerca del inicio de agosto, y se celebraba durante un mes completo. Las festividades eran presididas por la diosa Mictecacíhuatl, conocida como la "Dama de la Muerte", actualmente relacionada con "La Catrina", personaje de José Guadalupe Posada que fue un célebre ilustrador y caricaturista Mexicano, conocido por sus dibujos de escenas costumbristas, folclóricas, de crítica socio-política y por sus ilustraciones de «calacas» o calaveras, entre ellas La Catrina.

Hoy en día, y como otros muchos aspectos de la cultura indígena, esta festividad se mezcla con costumbres católicas y hasta con ciertos aspectos de las fiestas estadounidense, algo muy común en el México actual y plural. Puede ser una pena que se vaya perdiendo la

verdadera originalidad de su cultura y de sus costumbres o puede ser, simplemente, parte de una evolución inevitable y natural pero, lo que es muy importante y no deberíamos olvidar, es que saber de donde venimos siempre nos ayudará a saber a donde vamos. •

GOURMET FOOD





ON WHEELS

THEY'RE NOT JUST FOOD TRUCKS, BUT GOURMET RESTAURANTS ON WHEELS WHERE TOP CHEFS SERVE UP NEW RECIPES TO ENJOY OUTDOORS. IN THE WAKE OF THE FINANCIAL CRISIS, FOOD TRUCKS HAVE BECOME A GLOBAL TREND. IN SPAIN THERE ARE ALREADY HUNDREDS OF THEM, BRINGING GOURMET STREET FOOD TO A NUMBER OF FAIRS AND EVENTS.

NO SON SIMPLES CAMIONES DE COMIDA, SINO RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMÍA DONDE SELECTOS CHEFS PROponEN NUEVAS OFERTAS CULINARIAS PARA CONSUMIR EN LA CALLE. TRAS LA CRISIS, LOS FOOD TRUCKS SON TENDENCIA PLANETARIA. EN ESPAÑA, YA SON CIENTOS Y ESTÁN PRESENTES EN MULTITUD DE FERIAS Y EVENTOS. CON ELLOS LLEGA LA STREET FOOD MÁS REFINADA.

BY **Carlos Risco**



ENG | ESP

ood trucks started out as vehicles that travelled all over the United States serving fast food. Their origins can be traced to the 19th century when, in the midst of economic expansion, those little taverns on wheels came to cities to feed workers. It wasn't, however,

until 2007, fueled by the global financial crisis, that these trucks and roulettes started making room for new culinary trends in places like New York and California. Many chefs couldn't afford to rent restaurant space, so they went out into the world with a food truck, a vehicle redesigned and specially equipped to make and sell food. Thus, food trucks have evolved way beyond the sandwich to embrace minimalist gourmet dishes from all types of cuisine: Mediterranean, Japanese, Arab, Eastern... Many of them are old delivery trucks converted into attractive "gastrobars",

GOURMET SOBRE RUEDAS. Los food trucks han sido los tradicionales camiones itinerantes con comida rápida que giraban a lo largo y ancho de Estados Unidos. Su origen se remonta al siglo XIX cuando, en plena expansión económica, aquellas pequeñas tabernas sobre ruedas llegaban a las ciudades con el fin de dar de comer a obreros y trabajadores. Fue, sin embargo, en 2007, al calor de la crisis económica global cuando, en Nueva York y California, estos camiones y roulettes han ido albergando nuevas tendencias gastronómicas. Muchos chefs no podían permitirse alquilar un local para abrir sus restaurantes, así que salieron al mundo de la mano de los food trucks, una suerte de pequeñas furgonetas y camiones rediseñados y acondicionados especialmente para la preparación y venta de comida. Como tendencia, los food trucks han ido mucho más allá del sandwich para abrazar cocina minimalista y gourmet de todas las tendencias culinarias: mediterránea, japonesa, árabe y oriental... Muchos de ellos eran viejas furgonetas de reparto que fueron reconvertidas en atractivos gastrobares y también

ONLINE GUIDE

Una guía online

The website FoodTruckya (<http://www.foodtruckya.com>) has a powerful locator tool with specific information about each truck. /ESP. La web FoodTruckya (<http://www.foodtruckya.com>) hace gala de un poderoso localizador de camionetas y caravanas con fichas individualizadas.



often by restaurants and entrepreneurs looking to expand their clientele. In just a few years, the trend has gone global and in Spain, they've started to take off at outdoor markets, fairs, music festivals and other events. For some, the food truck is the 21st-century version of the quintessentially Spanish churro truck; for others, the more approachable side of a foodie society that's trying to refine palates and sensibilities. Yet it takes more than just a vehicle full of food. In Spain, explains José Huertas, owner of the food truck La Iberoteca, you have to make a sizeable investment first: "The vehicle must be authorized and the technical specification sheet must include a list of all alterations that have been made to it." Huertas and his children have applied their experience running a shop specialized in gourmet cured Spanish meats to a food truck refurbished thanks to a hefty investment. In Madrid, they go "almost every weekend" to events and fairs such as the Salón del Gourmet and the popular Mercado de Motores, the vintage flea market held each weekend at the Museo del Ferrocarril (Railway Museum), both in Madrid. The capital is also where, in October 2014, Madeat appeared as a kind of monthly outdoor food fair. Trucks, trailers, carts and stands serve up dozens of different dishes, so visitors can enjoy new culinary trends al fresco. Young chefs are joined by entrepreneurs who have seen, in the world of food trucks, an interesting platform for spreading new culinary ideas.

Vehicles for all tastes. Food trucks are usually divided into three categories: adapted trailers, vintage vehicles from the 1950s and 70s and finally, more modern trucks. The most popular model is the ironic Citroën HY, whose value has gone way up thanks to this trend. Companies such as Mundo Tracción and Food

Food trucks are attractive "gastrobars" on wheels /ESP. Los food trucks son atractivos gastrobares sobre ruedas.

reflejo de restaurantes y emprendedores que amplían su target culinario.

En pocos años, la tendencia se ha hecho global y en España ha comenzado a despegar en mercadillos, ferias, festivales de música o eventos. Para algunos, el food truck es la versión siglo XXI de la española caravana de churros. Para otros, la cara más amable de una sociedad de foodies que pretende refinar paladares y sensibilidades. Sin embargo, no vale sólo con un camión lleno de comida. En España, explica José Huertas, del food truck la Iberoteca, se requiere una gran inversión previa: "El vehículo debe de estar homologado y la ficha técnica debe contemplar todas las modificaciones realizadas". Huertas y sus hijos han trasladado su experiencia como tienda gourmet basada en los embutidos ibéricos de bellota hasta un food truck que ha reformado a través de una considerable inversión. Es precisamente en Madrid donde suelen moverse "casi todos los fines de semana", orbitando alrededor de eventos y ferias, como el Salón del Gourmet o el popular Mercado de Motores, la feria vintage que se celebra los fines de semana en el Museo del Ferrocarril madrileño. Es también en la capital donde ha florecido en octubre de 2014 el Madeat, un espacio abierto que da cabida cada mes a food-trucks, furgonetas, carritos y tenderetes a modo de feria gastronómica callejera. Un mercadillo abierto donde se reúnen decenas de distintas tendencias culinarias al aire libre, a modo de feria popular para degustar propuestas gastronómicas de calidad. Allí se reúnen desde jóvenes chefs hasta nuevos empresarios gastronómicos, que han visto en el mundo de los food trucks una interesante plataforma para dar a conocer nuevas propuestas culinarias.

Vehículos de todos los sabores. Básicamente, los food trucks suelen ser vehículos de tres tipos: las caravanas adaptadas, las camionetas vintage de los años 50 y 70 y, por último, las furgonetas más modernas. La más popular es la irónica Citroën HY, que se han



In Spain, food trucks are not permitted on the street, only at specific events. /
ESP. Los food trucks no se pueden mover libremente por España. Sólo pueden vender en eventos concretos.



ENG | ESP

Truck Factory see to the design, manufacture and rental of street food systems and food trucks. Specialized in trailers, vintage vehicles, American-style trucks, buses and the popular Ape three-wheelers made by Vespa, Food Truck Factory customizes each vehicle in its 3,600-square-meter shop and also offers legal advice on food-related issues. Among the most attractive versions is the aluminum Airstream trailer, an American classic that can be seen more and more in Europe. In Spain, one beauty is Ox&Roll, an impressive, totally equipped Airstream Excella 500 from the 1970s, specialized in Wagyu beef burgers. Most food trucks have full kitchens, refrigeration space, water and food preparation space. Many of the vehicles undergo major alterations to be fitted with refrigerator/freezers, ovens and kitchens that allow the “floating”, autonomous preparation of sophisticated dishes.

More than just fast food

As a trend, food trucks are moving away from typical fast food like burgers, sandwiches and churros to become veritable travelling restaurants that serve elaborate dishes. Somehow or other, they've emerged in parallel to the hipster movement, with a big echo on social networks. The majority of them

revalorizado muchísimo gracias a la tendencia. Empresas como Mundo Tracción o Food Truck Factory se dedican al diseño, fabricación y alquiler de sistemas de street food y food trucks. Especializada en caravanas, vehículos vintage, furgones american style, autobuses o containers y los conocidos triciclos “Ape” de Vespa, Food Truck Factory personaliza los proyectos en un taller de 3.600 metros cuadrados y cuenta con servicios de asesoría y consultoría legal alimentaria. Una de las versiones más vistosa son las caravanas de aluminio Airstream, un clásico americano que cada vez se ve más en Europa. En España destaca Ox&Roll, una imponente Airstream Excella 500 de los años 70, totalmente equipada y especializada en hamburguesas de carne de wagyu, una raza del conocido buey de Kobe japonés. Y es que la mayoría de los food trucks cuentan con cocinas completas, zonas de frío, agua y zonas para la manipulación de alimentos. Muchos de los vehículos son sometidos a exhaustivas reformas, en las que se les dota de zonas de congelación, hornos y cocinas que permiten la elaboración “flotante” y autónoma de platos refinados.

Más allá del fast food. Como tendencia, los food trucks se alejan del cliché de servir comida rápida como hamburguesas, bocadillos o churros para abrazar un concepto de auténticos restaurantes itinerantes donde degustar platos de refinada elaboración. De alguna manera han evolucionado



The Trucks

Custom-made designs

Companies like Mundo Tracción and Food Truck Factory see to the design, manufacture and rental of food trucks and street food systems.

Diseños hechos a medida

Empresas como Mundo Tracción o Food Truck Factory se dedican al diseño, fabricación y alquiler de sistemas de street food y food trucks.

First-class kitchens

Most food trucks have full kitchens, refrigeration space, water and food preparation space.

Cocinas de primera

La mayoría de los food trucks cuentan con cocinas completas, zonas de frío, agua y zonas para la manipulación de alimentos.

ENG | ESP

are an extension of established businesses, like Trastienda Tapas, whose food truck is true to the spirit of the original restaurant, a bar in Mercado de San Antón, in Madrid. The specialty of its food truck is assorted croquettes made with farm milk plus more urban options like a roast pork sandwich with cilantro, red onion and fresh chili pepper or the ‘bulldog’ (an oxtail hotdog with arugula). Its food truck “goes to public events like Madreat as well as private ones where it adapts its menu to each particular celebration or moment,” explains Fabio Gándara. As for El Kiosko—a “gastrobar” with various locations in Madrid—its food trucks apply the successful formula of fast good tapas and gourmet drinks selected from among the star dishes on their menu. Food is premade in the restaurant and finished on the vehicle. Classics include a burger made with beef from the Jiménez Barbero Estate and Mahou beer bread. They’ve got two vehicles: first came Ramona, a Citroen HY—with a deep fryer, grill, heating coil, refrigerator, freezer, P.O.S. terminal, extractor hood and coffee machine—and then Manuela, a refurbished vintage trailer recently equipped with all the bells and whistles. For some, the best dishes can’t be found in any one place. You have to go out and find them on a truck. •

parejos al movimiento hipster y con un poderoso reflejo en las redes sociales. La mayoría son la expresión de negocios establecidos, como Trastienda Tapas, cuyo food truck sigue el mismo espíritu que en su casa madre, la bodega y barra situada en el madrileño Mercado de San Antón. La especialidad de su food truck son sus croquetas variadas preparadas con leche de caserío, así como propuestas más street como el bocadillo de carne de cerdo asada con cilantro, cebolla roja y chile fresco o el bulldog (perrito de rabo de toro con rúcula). Su food truck “rueda tanto en eventos públicos, como Madreat, como privados, dónde adapta la propuesta y el menú a cada tipo de celebración o momento”, explica Fabio Gándara. Por su lado, el gastrobar El Kiosko asegura que con ellos llega “el triunfo del ‘Fast Good’ Tapas y bebidas gourmet seleccionadas entre los productos estrella que dan forma a una carta de calidad garantizada cuyos platos elaboran primero en el restaurante y terminan de preparar en el food truck. Entre sus clásicos, hamburguesa elaborada con carne de La Finca de Jiménez Barbero y pan de cerveza Mahou. Tienen dos foodtrucks: Ramona, una Citroen HY, con la que empezaron “a soñar”, que dispone de freidora, plancha, serpentín, nevera, congelador, t.p.v, campana y cafetera y Manuela, una flamante y recién nacida furgoneta vintage remodelada altamente equipada. Para algunos, el mejor plato no se puede degustar en un lugar concreto. Hay que ir a buscarlo a un camión. •



Welcome package

MÁS BENEFICIOS SORPRENDENTES PARA UNAS VACACIONES INOLVIDABLES

Reserve su estancia en Palladium Hotels & Resorts a través de nuestra página web oficial para cualquiera de nuestros hoteles en Brasil, Jamaica, México o Punta Cana y obtenga increíbles beneficios adicionales con nuestro paquete de bienvenida. Es rápido, fácil y gratis. Y le garantizamos el mejor precio en línea.

- Salida tarde gratuita.
- Una botella de licor y una cesta de frutas.
- Descuentos exclusivos en el spa.
- Paseo en segway o excursiones en cuatrimoto.





SPAIN

A COUNTRY THAT HAS IT ALL • ESPAÑA, UN PAÍS QUE LO TIENE TODO

A TRAVEL-FILLED 2016. The first few months of the year is a great time to visit major Spanish cities. Madrid, Barcelona, Valencia, Seville, Cordoba and Oviedo have a rich cultural and culinary scene and are oozing with history through and through. They're places with a unique personality that are well worth a visit. In all of them, travelers can stay at Ayre Hoteles, the Palladium Hotel Group's chain of urban hotels. / ESP. UN 2016 VIAJERO. Los primeros meses del año son un tiempo estupendo para viajar a las principales ciudades españolas. Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Córdoba, Oviedo tienen una rica vida cultural, gastronómica y respiran historia por sus cuatro costados. Son lugares con personalidad propia que bien merecen una visita. En todas ellas el viajero se puede hospedar en Ayre Hoteles, la cadena urbana de Palladium Hotel Group.

SPAIN | by PALLADIUM

Ayre Hoteles





AYRE HOTELES IS THE PALLADIUM GROUP'S CHAIN OF 4-STAR HOTELS: ESTABLISHMENTS IN MAJOR SPANISH CITIES FULL OF PERSONALITY WITH A MODERN, FUNCTIONAL, VERY CHIC DESIGN.

AYRE HOTELES ES LA CADENA DE HOTELES URBANOS DE 4 ESTRELLAS DE PALLADIUM HOTEL GROUP. ESTABLECIMIENTOS CON PERSONALIDAD Y VIDA PROPIA SITUADOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE ESPAÑA QUE GOZAN DE UN DISEÑO MODERNO, FUNCIONAL Y MUCHO ESTILO.

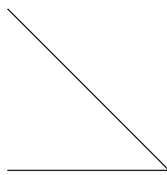
Located in downtown Madrid, Barcelona, Valencia, Seville, Cordoba and Oviedo, Ayre Hotels re an excellent option whether you're traveling on business or with the whole family. / **ESP.** Todos los establecimientos de Ayre Hoteles son una magnifica opción tanto para viajes de negocio como de ocio y familiar puesto que están situados en el centro de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Córdoba y Oviedo.

ONLY YOU HOTEL & LOUNGE MADRID: BEST LUXURY BOUTIQUE HOTEL IN THE WORLD



A jury comprised of key personalities from the world of art, architecture, restoration, design and finance have judged over 300 hotels around the world, and have given Only You Hotel & Lounge Madrid the award for Best Boutique Hotel in Europe and Best Hotel in the World in the Design category. Centrally located on Madrid's Calle Barquillo in a restored 19th-century mansion decorated by the prestigious interior designer Lázaro Rosa-Violán, it has demonstrated that it has known, knows and will continue to know how to deliver new experiences thanks to a new concept of luxury that is palpable in every single corner of the building, as well as in its history, personality and style. In the words of Juan Serra, managing director of Ayre Hoteles: "This prize gives us enormous satisfaction. We've been chosen from over 300 boutique hotels by world-renowned experts from the sector. We took a bold gamble on differentiation in the middle of the financial crisis that hit this country, and awards like these show us that we're on the right path and should repeat and expand on this concept."

/ ESP. ONLY YOU HOTEL & LOUNGE MADRID: MEJOR HOTEL BOUTIQUE DE LUJO DEL MUNDO. Un equipo de jueces, compuesto por destacadas personalidades del arte, la arquitectura, la restauración, el diseño o las finanzas, ha valorado más de 300 hoteles alrededor del mundo, y ha otorgado a Only You Hotel & Lounge Madrid el premio al Mejor Hotel Boutique de Europa y Mejor Hotel del Mundo, en la categoría "Diseño". El palacete restaurado que data del siglo XIX, decorado por el prestigioso interiorista Lázaro Rosa-Violán y situado en la céntrica calle Barquillo de Madrid, demuestra que ha sabido, sabe y sabrá transmitir nuevas experiencias gracias a un nuevo concepto de lujo que se respira en cada rincón de sus instalaciones, así como en su historia, personalidad y estilo. En palabras de Juan Serra, director general de Ayre Hoteles: "Este premio representa una enorme satisfacción. Nos han elegido reconocidos expertos del sector a nivel mundial, entre más de 300 candidaturas de hoteles boutique. Hicimos una atrevida apuesta de diferenciación en medio de la crisis que asolaba nuestro país, y reconocimientos como éste, nos indican que estamos en el camino correcto para replicar y hacer crecer este concepto".



NUMBER 1 ON TRIVAGO

Since it opened its doors in September 2013, the hotel has amassed a number of prestigious awards including the Fodor's 100 Hotel Awards 2014 in the Boutique Chic category, given out by the magazine Fodor's Travel; the prize for Hotel Initiatives in the Restoration category from the magazine Gran Hotel, and 13th place on 2014 Hot List of fashionable hotels around the world put together by Condé Nast Traveler. What's more, in 2015 Only You was the top-ranked hotel in the Madrid region according to the metasearch engine Trivago, with a score of 92.13 out of 100.

ESP. NÚMERO 1 EN TRIVAGO.
El hotel, inaugurado en el mes de septiembre de 2013, acumula reconocimientos de alto prestigio, que incluyen el Fodor's 100 Hotel Awards 2014 en la categoría de Boutique Chic, premio otorgado por la reconocida revista internacional Fodor's Travel; el Premio a la Iniciativa Hotelera, en la categoría de Rehabilitación, de la revista Gran Hotel, o el puesto número 13 en la Hot List 2014 de los hoteles de moda en el mundo de Condé Nast Traveler. Además, en 2015 el metabuscador Trivago ha situado a Only You en la primera posición del ranking de mejores hoteles de la comunidad de Madrid, con una puntuación de 92,13 sobre 100.



Ayre Hotel Colón shows different views of Madrid

by MAFALDA ORTIZ

Forty black and white images in the Ayre Hotel Colón's art gallery show different views of Madrid. With their lenses, photographers Alfonso González, Amador Toril, Carlos Roca, Cris Romero, Elena Plaza, Fernando Bilbao, Juan Echeverría and Roberto Sánchez have each captured their own personal vision of the Spanish capital. Thus, both hotel guests and Madrid residents can explore aspects of the city that they have never noticed before. The photos, which can be purchased for 60 to 300 euros, are all printed on RC art paper or Tecco Pastel Matt in a traditional lab, and each copy comes with a quality certificate.

ESP. AYRE HOTEL COLÓN MUESTRA DISTINTAS MIRADAS DE MADRID. 40 fotografías en blanco y negro muestran en la galería de arte de Ayre Hotel Colón diferentes miradas de Madrid. Los fotógrafos Alfonso González, Amador Toril, Carlos Roca, Cris Romero, Elena Plaza, Fernando Bilbao, Juan Echeverría y Roberto Sánchez enseñan, a través de la cámara, su visión personal de la capital de España. Así, huéspedes, clientes y madrileños en general pueden profundizar en aspectos de la ciudad que hasta entonces les habían pasado desapercibidos. Las fotografías se pueden adquirir y oscilan entre los 60 y 300 euros. La impresión se realiza en papel RC artístico o Tecco Pastel Matt, en un laboratorio artesanal, y con certificado de calidad en cada copia.





FOR FAIRS AND CONCERTS IN BARCELONA, AYRE HOTEL GRAN VÍA

Ayre Hotel Gran Vía is the perfect hotel for those who come to Barcelona to attend one of the fairs at the Fira de Montjuïc and L'Hospitalet or the many concerts by world-famous artists at the Palau Sant Jordi and the Estadi Olímpic, among other places. With an unbeatable location, it is a modern hotel with a light-filled central courtyard. All its elegant rooms are soundproofed with private bathrooms, satellite TV and air conditioning.

ESP. PARA FERIAS Y CONCIERTOS EN BARCELONA, AYRE HOTEL GRAN VÍA. Ayre Hotel Gran Vía es el hotel perfecto para aquellos que se acercan a Barcelona con motivo de alguna de las ferias que se celebran en los recintos de la Fira de Montjuïc y L'Hospitalet y a muchos de los conciertos de artistas internacionales que recalcan en el Palau Sant Jordi o el Estadi Olímpic. Su ubicación es privilegiada. Es un hotel de diseño moderno con un patio central luminoso. Dispone de elegantes habitaciones con baño privado. Todas están insonorizadas y tienen TV con satélite y aire acondicionado.



Jacobo Lope started working at Palladium Hotel Group in the fall of 2009, right after he moved to Istanbul. "The international experience was wonderful, but after several years abroad, I really felt like coming home," he says.

He started out as manager of Ayre Hotel Córdoba, a very special establishment in the Ayre Hoteles chain. "Someone called it an 'urban resort' and I think that description fits it to a T. This position allowed him to return to his hometown and his lifelong friends.

2015 marked the beginning of a new chapter in his career as manager of Ayre Hotel Sevilla. "It's hard to believe that I've already been here a year—it's flown by," says Lope.

Why is it a good idea to stay at Ayre Hotel Sevilla and what makes it stand out from the rest?

It doesn't matter how you arrive in Seville, whether it be to the high-speed train station, the airport or by car: our hotel makes us the hotel that welcomes you to the city. Then our staff is what makes the difference, with their service-minded mentality and professionalism. The vast majority of our guests stress this, either in person or through online comments. It's something that makes me really proud.

What is it about Seville that makes people love it so much?

Seville is an open air museum. But in my opinion, what visitors fall in love with is the passionate way we live life. People come to see the sights, but they fall in love with the culture, the festivals, the tapas and the lifestyle; the street is always full of activity.

What places would you recommend to a tourist who has

© Raúl Coto

AYRE HOTEL SEVILLA

WE'RE THE HOTEL THAT WELCOMES YOU TO SEVILLE
SOMOS EL HOTEL QUE DA LA BIENVENIDA A SEVILLA

just arrived in town? What would be your “musts”?

My “musts” aren’t made of stone but of flesh and blood: I’d tell them to feel what everyday life here is like by having a glass of beer at noon in Plaza del Salvador, to get infected with that energy and joie de vivre. And to see how suffering is experienced by visiting Seville during Holy Week or two weeks after that during the Feria de Abril.

Some unusual story that has happened to you on the job that you can share with us?

In 2003 I was working at a hotel restaurant in Majorca. One night after closing, we were stacking up the tables when we heard some guests playing the piano and singing in the bar. When we went to check it out, we were shocked to see Charlie Watts playing the piano, with Keith Richards and Ron Wood singing with him. There was no one else there; it was a private Rolling Stones concert for the four of us.

What do you learn from your clients?

The difference between any old building and a hotel is the difference between a house and a home. In college they teach you how to manage the building, but the guests teach you how to run the hotel.

Of all the establishments in the Ayre Hoteles portfolio, which one you choose for a getaway?

It depends a bit on the time of year.

In the spring, I wouldn’t hesitate for a moment: I’d go to Cordoba to explore its streets and courtyards decorated with flowers. In the summer, we Andalusians like to escape the heat, so I’d go to Oviedo for a few days. In the fall, I’d go to Madrid for a shopping trip. In the winter, I’d stay

here in Seville; I still haven’t had time to visit even a tiny fraction of all the things that interest me.

ESP. Jacobo Lope empezó a trabajar en Palladium Hotel Group en otoño de 2009, recién llegado de Estambul. “La experiencia internacional estaba siendo muy bonita, pero después de bastantes años fuera, me apetecía mucho volver a casa”, cuenta. Comenzó como director en el Ayre Hotel Córdoba, un hotel muy especial dentro de Ayre Hoteles. “Alguien lo calificó como un ‘resort urbano’ y creo que es una descripción que le

servicio y profesionalidad. Una inmensa mayoría de los clientes coinciden en subrayarlo, ya sea en persona o a través de los comentarios online. Personalmente es un orgullo.

¿Qué tiene Sevilla que tanto enamora?

Sevilla es un museo al aire libre. Pero en mi opinión lo que enamora a los visitantes es la pasión con la que se vive aquí la vida. La gente viene a ver los monumentos pero se enamoran de la cultura, las fiestas, las tapas y el estilo de vida volcado en la calle.

Una noche, después del servicio, estábamos remontando las mesas cuando oímos que algunos clientes estaban tocando el piano y cantando en el bar.

Cuando nos asomamos, nos quedamos de piedra al comprobar que al piano estaba Charlie Watts, Keith Richards y Ron Wood le acompañaban cantando. No había nadie más, fue un concierto privado de los Rolling Stones para los 4 que estábamos allí.

¿Qué aprendes de los clientes?

La diferencia entre cualquier edificio y un hotel es como la diferencia entre una casa y un hogar. En la universidad te enseñan a gestionar el edificio, los clientes te enseñan a dirigir el hotel.

De todo el portafolio de Ayre Hoteles ¿qué hotel elegirías para pasar unos días de desconexión?

Depende un poco de la temporada del año.

En primavera no lo dudaría ni un instante, iría a visitar Córdoba y sus calles y patios vestidos de flores. En verano a los andaluces nos gusta escaparnos del calor, de manera que me iría encantado a pasar unos días a Oviedo. En otoño me escaparía de compras a Madrid. En invierno me quedaría aquí en Sevilla, aún no me ha dado tiempo a visitar ni una décima parte de todo lo que me llama la atención. Este fin de semana voy a visitar la exposición “El último viaje de la fragata Mercedes” en el Archivo de Indias. Una flotilla británica la atacó por sorpresa en 1804, un marino superviviente relató la batalla en sus memorias y la empresa Odyssey rescató el famoso tesoro con multitud de artículos interesantísimos. Lo han juntado todo y han montado esta exposición que debe ser fascinante.

INTERVIEW WITH
JACOBO LOPE
MANAGER OF AYRE HOTEL SEVILLE
DIRECTOR DE AYRE HOTEL SEVILLA

encaja muy bien”. Este puesto le permitió reencontrarse con su ciudad natal y con los amigos de toda la vida.

En 2015 comenzó una nueva etapa como director del Ayre Hotel Sevilla. “Parece mentira que ya haya pasado un año, ha sido vertiginoso”, asegura.

¿Por qué es una buena idea hospedarse en Ayre Hotel Sevilla y qué lo diferencia del resto?

Da igual cómo llegues a Sevilla, ya sea desde la estación AVE, desde el aeropuerto o en coche, por nuestra ubicación, somos el hotel que te da la bienvenida a la ciudad. Después, es el personal del hotel el que marca la diferencia con su vocación de

A un turista recién llegado, ¿qué lugares le recomendarías? ¿cuáles serían tus imperdibles?

Mis imprescindibles no son de piedra sino de carne y hueso. Le recomendaría sentir cómo se vive aquí un día cualquiera tomándose una cerveza al medio día en la Plaza del Salvador, para contagiar de esa energía y de esa alegría, le recomendaría observar cómo se vive el dolor, visitando la Semana Santa, o cómo se vive dos semanas después la alegría en la Feria de Abril.

¿Alguna historia insólita que te haya pasado trabajando y que se pueda contar?

En 2003 yo trabajaba en el restaurante de un hotel en Mallorca.



**WHAT'S ON
SPAIN**



Historic quarter

A stroll through Oviedo's historic quarter, with highlights such as its Cathedral, the Holy Chamber, a number of churches and convents like Las Pelayas, or museums like the Fine Art or Archeological Museum is sure to reconcile you with the world. / **ESP.** CASCO ANTIGUO. Un paseo por el Casco Antiguo de Oviedo, donde destaca la Catedral, la Cámara Santa, algunas iglesias y conventos como el de las Pelayas, o Museos, como el de Bellas Artes o el Arqueológico, te reconcilia con el mundo.



Don Quixote

The National Dance Company is bringing the work Don Quixote to the stage on May 12, 13, 14 and 15 at the Palau de les Arts in Valencia. / **ESP.** DON QUIJOTE. La Compañía Nacional de Danza llevará a escena la obra Don Quijote el 12, 13, 14, 15 mayo en el Palau de les Arts de Valencia.

THE COURTYARDS OF CORDOBA

LOS PATIOS DE CÓRDOBA

From May 2 to 15 is Cordoba's Festival de los Patios (Courtyard Festival), with countless cultural activities in these lovely patios. / **ESP.** Del 2 al 15 de mayo se celebrará el Festival de los Patios de Córdoba. Un sinfín de actividades culturales tendrán lugar en estos maravillosos enclaves.



Horse-drawn coaches

Seville must be seen by taking a ride in one of these horse-drawn vehicles. It's a unique experience. / **ESP.** COCHES A CABALLO. Sevilla hay que verla dando un paseo en una de las calesas tiradas por caballos. Es una experiencia única.

MAMMA MIA

The musical will be at the Fibes, in Seville, from March 4 to 20.

/ ESP. Este musical estará en el auditorio Fibes de Sevilla del 4 al 20 de marzo.



Burning

Burning is a rock 'n roll legend in Spain, a much-respected band that got together in Madrid's La Elipa neighborhood 40 years ago. On February 20 they'll be playing at Custom in Seville.

/ ESP. Burning son una leyenda dentro del rock en España, una banda fundada en el madrileño barrio de La Elipa hace 40 años, de sobra respetados. Tocarán el 20 de febrero en la sala Custom de Sevilla.

Mercado Central

All the ingredients of the Mediterranean diet can be purchased at the most traditional market in Valencia, the largest in Europe specialized in fresh produce. / ESP. Todos los productos de la dieta mediterránea se pueden comprar en el mercado de más tradición de Valencia. Es el mayor centro de Europa dedicado a los productos frescos.



Witnesses of Art

The Palau de les Arts de Valencia is showing eight sculptures by key artists until July 16. / ESP. TESTIGOS DEL ARTE El Palau de les Arts de Valencia exhibe hasta el 16 de julio ocho esculturas de destacados autores.

ADELE

The British diva has done it again with her third album, the smash hit '25'. She'll be presenting it live at the Palau Sant Jordi on May 24.
/ ESP. La nueva gran diva de la música británica ha vuelto a triunfar con su tercer álbum, titulado '25'. Lo presentará en directo en el Palau Sant Jordi el 24 de mayo.



WHAT'S ON
SPAIN



Ingres

The work of Ingres, only apparently rooted in Academicism, is undoubtedly an essential milestone in the artistic revolution of the late 19th and early 20th centuries. His most important works can now be seen at the Museo del Prado in Madrid. Through March 27. **/ ESP.** La obra de Ingres, anclada en el academicismo sólo aparentemente, constituye sin duda un jalón esencial hacia las revoluciones artísticas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Puedes ver sus principales obras en el Museo del Prado de Madrid hasta el 27 de marzo.



Miserachs

The Contemporary Art Museum of Barcelona is hosting a major exhibition of photographs from Xavier Miserachs' 1964 book dedicated to the city.

/ ESP. El Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona recupera en una gran exposición el homenaje que Xavier Miserachs dedicó a Barcelona en 1964.



Manolo García

The Spanish singer will perform some of the hits from his extensive career on May 21 at Madrid's Palacio de los Deportes.

/ ESP. El cantante español repasará los éxitos de su extensa carrera el 21 de mayo en el Palacio de los Deportes de Madrid.

Ellie Goulding

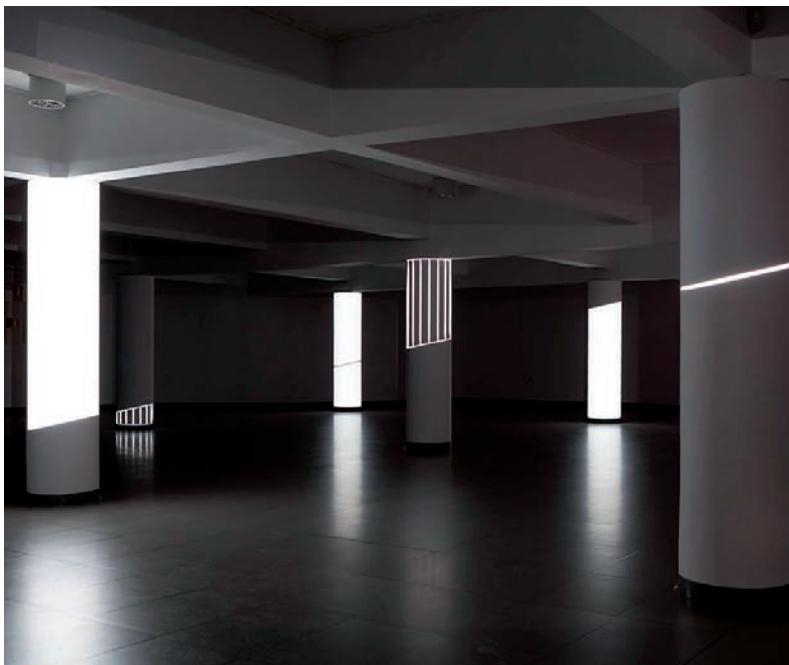
On February 5, the British Singer will take the stage of the Palau Sant Jordi in Barcelona. / ESP. El 5 de febrero la cantante británica se subirá a las tablas del Palau Sant Jordi de Barcelona.



Cabaret

Set in Berlin in 1931, Cabaret is the musical that shows you how to follow your heart in order to survive in a world that's falling apart. At Madrid's Teatro Rialto through February 28. /

ESP. Ambientado en el Berlín de 1931, CABARET es el musical que muestra como dejarse guiar por el corazón para sobrevivir en un mundo que se desmorona. En el Teatro Rialto de Madrid hasta el 28 de febrero.



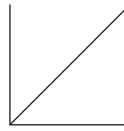
Pablo Valbuena

Fundación Telefónica will present, starting March 8, an installation by Pablo Valbuena where observers will be transported through light and sound to a virtual space/time without losing touch with their real surroundings. / ESP. Fundación Telefónica presentará a partir del 8 de marzo una instalación de Pablo Valbuena en la que el observador será transportado a través de la luz y el sonido a un espacio-tiempo virtual, manteniendo los vínculos con el entorno real.

Simon Boccanegra

You can catch this opera by Giuseppe Verdi at the Liceu in Barcelona on April 12, 17, 22, 23, 25, 26, 28 and 29. / ESP. Esta ópera de Giuseppe Verdi se representará en el teatro del Liceu de Barcelona el 12, 17, 22, 23, 25, 26, 28 y 29 de abril.





AYRE
HOTEL
CÓRDOBA

DREAM WEDDINGS

Ayre Hotel Córdoba is the perfect place to hold the dream wedding of any bride. / ESP. BODAS DE ENSUEÑO. Ayre Hotel Córdoba es el escenario perfecto para celebrar la boda soñada por cualquier novia.



The gardens of Ayre Hotel Córdoba are magnificent for outdoor celebrations. / ESP. Los jardines de Ayre Hotel Córdoba son magníficos para celebraciones al aire libre.





To show all the latest trends in weddings in a unique, magical setting: that was the goal of 2nd Wedding Open House held in the gardens of Ayre Hotel Córdoba this past September. Top professionals from the sector and many couples getting ready to plan their big day, were able to discover the fabulous facilities of Ayre Hotel Córdoba firsthand. "It was a wonderful experience for all of us who had the chance to share a nice sunny day with colleagues and friends from the sector, and to meet many future brides and grooms who we had only spoken to on the phone with until now," says Caroline Faure, in charge of events at the hotel. A very pleasant atmosphere was created in the gardens thanks to the stands decorated with care, the welcome cocktail made by the Ayre Hotel Córdoba kitchen team along with highlights from the wedding menu, the music of the jazz band Orient Express and the best wines and cavas by Freixenet.

/ ESP. Mostrar las tendencias del sector nupcial en un marco único y mágico. Ese fue el objetivo de La 2^a Jornada de Bodas Ayre Hotel Córdoba, que se celebró en septiembre en los jardines del hotel. Los mejores profesionales del sector y muchas parejas con la vista puesta en el día de su boda conocieron de primera mano las magníficas instalaciones de Ayre Hotel Córdoba. "Fue una experiencia maravillosa para todos nosotros que pudimos compartir una estupenda y soleada jornada con compañeros y amigos del sector y pudimos poner cara a muchos novios con los que sólo habíamos tenido contacto telefónico hasta ahora", afirma Caroline Faure, responsable de eventos de hotel. En los jardines se creó una atmósfera muy agradable gracias a los stands decorados y atendidos con todo el cariño y cuidado, al cóctel aperitivo preparado por el equipo de cocina de Ayre Hotel Córdoba con lo mejor de la oferta gastronómica de bodas, la música de la jazz band Orient Express y los mejores vinos y cavas de Freixenet.

Travel is an exercise with fatal consequences for prejudices, intolerance and narrow-mindedness.

// Viajar es un ejercicio con consecuencias fatales para los prejuicios, la intolerancia y la estrechez de mente.

MARK TWAIN

SEE YOU SOON

