

Palladium

magazine

ENGLISH // ESPAÑOL | 2017 | Nº8

EUROPE
SPAIN
Edition

INTERVIEW

Penélope Cruz

TRAVEL TO THE MOON

NORMAN FOSTER

Page 36

IN THE OFFICE

Page 74

TRAVEL CLUB

Page 102

TROJAN
RECORDS

Page 134

Palladium
Hotels
& Resorts
APP

Available on the
App Store

Google play

TAKE IT
with you



Ibiza

REDOUBLING EFFORTS

Redoblando esfuerzos

Abel Matutes Prats



CEO
Palladium
Hotel Group

ENG | ESP

The end of the year is a time to take stock and set new goals. For Palladium Hotel Group, 2017 has been a positive year in which we have learned lessons, consolidated success, and tackled new challenges. As an international company based in Ibiza, and after an historic 2016 season, I'd like to highlight this last season, 2017, was also very successful on the island. Although we have noticed a shift in demand, the final results were nevertheless very good. We believe that focusing on the luxury segment is one way to differentiate the island's offer, and PHG has made a firm and determined bet precisely on offering personalized, timeless, hedonistic luxury. This is exemplified by our efforts with regards to the TRS Hotels brand, our line of adults-only luxury resorts that offers exclusive premium services in spectacular locations in the Caribbean, Mexico and the Dominican Republic. The result of our efforts to re-brand and investment in this brand is our new TRS Coral Hotel, soon to be inaugurated in Costa Mujeres, one of the most unexplored areas of Cancun. The remodeling projects undertaken at existing TRS Hotels are very ambitious. Such is the case of TRS Turquesa Hotel in Punta Cana, with its new Beach Club, or TRS Yucatan Hotel in the Mayan Riviera, which will re-open in December with new and exclusive à-la-carte restaurants, a Cabaret, and a new Ibiza-style Beach Club. Another strategic step we've taken is substituting the "All Inclusive" program with our new Infinite Indulgence program, which enhances the concept of exclusivity and privacy at these hotels, and plays into the idea of giving our guests the freedom to choose, time to relish their choices, and the best possible space to enjoy it in. And the real luxury for us is that customers like you come visit and enjoy their stay. Welcome. •

Cada año que concluye es tiempo de hacer balances y establecer nuevas metas. Este 2017 ha sido para Palladium Hotel Group un año positivo en el que sacar lecciones, afianzar aciertos y emprender nuevos retos. Como compañía internacional basada en Ibiza, y tras una temporada 2016 histórica, me gustaría resaltar los éxitos de la pasada temporada 2017 en la isla, en la que hemos percibido un desplazamiento de la demanda, pero que se saldó con unos resultados muy buenos. Pensamos que la oferta de lujo es una forma de diferenciar la oferta de la isla y es precisamente esta oferta de un lujo personalizado, extemporáneo y hedonista por la que PHG apuesta con decisión y firmeza. Ejemplo de ello son nuestros esfuerzos hacia la marca TRS Hotels, nuestra línea de resorts de lujo sólo para adultos con servicios premium exclusivos, basados en localizaciones espectaculares de México y República Dominicana. Fruto de las inversiones y del esfuerzo por este re-branding de la marca son nuestro nuevo TRS Coral Hotel, que se inaugurará próximamente en Costa Mujeres, una de las zonas más inexploradas de Cancún. Los proyectos de reforma de los actuales TRS Hotels han sido muy ambiciosos, como el TRS Turquesa Hotel de Punta Cana con su nuevo Beach Club o como es el caso del TRS Yucatan Hotel en la Riviera Maya, que se re-inaugurará este mes de Diciembre con nuevos y exclusivos restaurantes a la carta, un Cabaret y un nuevo Beach Club al más puro estilo ibicenco. Estratégico es, también, el paso que damos, dejando atrás el "All Inclusive", con el nuevo programa Infinite Indulgence, que acompaña al concepto de exclusividad y privacidad de estos hoteles, y que conjuga la idea de poner a disposición de nuestros huéspedes la libertad para elegir, el tiempo para deleitarse y el mejor espacio para disfrutar. Y el verdadero lujo para nosotros es que clientes como usted nos visiten y disfruten. Bienvenidos. •



C O S T A M U J E R E S

VIVE EL LUJO INEXPLORADO DE CANCÚN

En 2018, Palladium Hotel Group llega a Costa Mujeres. A solo 15 minutos de la ciudad de Cancún, en un enclave estratégico donde la atmósfera cambia por completo, la exótica vegetación y las playas vírgenes le dan al entorno la exclusividad y tranquilidad que nuestros huéspedes se merecen. **Hay un nuevo destino por descubrir.**

PALLADIUMHOTELGROUP.COM

PALLADIUM
HOTEL GROUP



56

The actress is experiencing one of the best moments in her unstoppable career. / **ESP.** La actriz vive uno de los mejores momentos de una carrera imparable.

PENÉLOPE CRUZ,
TRAVEL TO
THE MOON / **ESP.**
PENÉLOPE CRUZ,
VIAJE A LA LUNA



28 **TRAVEL LIKE A PRO**
INSTAGRAM INFLUENCERS

GADGETS
READY-TO-WEAR
MELODIES

48

New designer headphones //
Nuevos auriculares de diseño



CONTENTS

Sumario

Nº8 2017

12

Travel / Viajar

SIX PHOTOS AROUND THE WORLD

Seis fotos alrededor del mundo

24

Interview / Entrevista

BERNARD WYSS

Bernard Wyss

32

Gadget lab

SUSTAINABLE MOBILITY

Mobilidad sostenible

36

ARCHITECTURE / Arquitectura

NORMAN FOSTER

Norman Foster

40

Books / Libros

A MYSTICAL READER

Una lectora mística

42

Desing/ Diseño

THE POWER OF DESIGN

El poder del diseño

46

Instagram travellers

TRAVEL INFLUENCERS

Travel influencers

52

Beauty / Belleza

SENSITIVELY SKIN

Piel sensible

54

Fashion

THE SUITCASE

La maleta

66

The Family

ONLY YOU HOTEL ATOCHA

CONTENTS

Sumario
Nº8 2017

68

Palladium

THE NEW IDENTITY OF MICE BY PALLADIUM

70

Palladium

PHG VALUES

Los valores de PHG

72

Interview / Entrevista

ERIK ROQUERO MONFORT AND JOSE MATHEU

Erik Roquero Monfort y Jose Matheu

82

Upgrades

A EXPERIENCE OF FREEDOM AND COMFORT

Una experiencia de libertad y confort

86

Palladium

FAMILY SELECTION

89

social networks

GUEST BOOK

96

Costa Mujeres

THE UNEXPLORED LUXURY OF CANCUN

El lujo inexplorado de Cancún

102

PALLADIUM TRAVEL CLUB

117

Stories

IN SEARCH OF SPANISH GOLD

La búsqueda del oro español

122

Stories

NEYMAR



42

THE EAMES. THE POWER OF DESIGN



Tulum, a paradise.
/ ESP. Tulum, el paraíso.

140



146

GUIDE

MAKE THE MOST OF YOUR DESTINATION

SÁCALE JUGO A SU DESTINO

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

Sumérgete

en el placer de disfrutar la vida, a tu manera.

Pronto sentirás como las palmeras y la exótica vegetación de los jardines te transportan a un mundo de relajación y alegría infinita. La irresistible fusión de cocina Nikkei del restaurante Kusko, la delicadeza de La Bohème y su gastronomía francesa o los sabores del mediterráneo en Helios, frente a la playa, te harán viajar por el mundo de un bocado. Disfruta del encanto de Punta Cana, en un ambiente tranquilo, solo para adultos. El único niño que podrás oír, será el de tu interior.

TRs

TURQUESA
HOTEL

Honoring your freedom

RESERVA CON NOSOTROS. +34 971 926 486

TRSHOTELS.COM

• RIVIERA MAYA • PUNTA CANA • COSTA MUJERES, CANCUN (PRÓXIMO OTOÑO 2018)

PALLADIUM
HOTEL GROUP

EDITORIAL

palladiumhotelgroup.com

A great pride

UN GRAN ORGULLO

EN. Welcome back readers to a new edition of Palladium Magazine. A publication that gives voice to the dynamic Palladium Hotel Group company and reflects its vision. This will be our eighth edition to date and I want to tell you how excited I am to be in charge of a magazine that publishes news about the Group, major renovations at its hotels, its new destinations and new services. A magazine that also offers you the chance to meet the amazing human beings behind the Group. For me, it is also very exciting to be able to put together this magazine where guests can learn all the details about Palladium Hotel Group while enjoying life at one of the Group's hotels. This new edition of the magazine is packed with content that is pure luxury, starting with its cover story for which we've had the pleasure of having contemporary icon Penélope Cruz grant us an interview. I would also like to include a few lines to welcome Bernard Eric Wyss, the company's new star hire who will be contributing his vision and experience as the new Director of Product Development and Innovation. Lastly I would like to celebrate last season's success in Ibiza where the company's headquarters are located, as well as the inauguration of the new Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa in Cancun.

I hope you are enjoying your vacation, whether it's cold or hot wherever in the world you may be.

Enjoy.

ESP. Bienvenido lector una vez más a una nueva edición de la revista Palladium. Un proyecto editorial que es la voz y el reflejo de una empresa dinámica como Palladium Hotel Group. Con éste son ya ocho números los que llevamos publicados y quiero compartir con vosotros la ilusión que me hace encargarme de una revista a través de la cual conocer las noticias del grupo, las grandes reformas de los hoteles, los nuevos destinos y servicios. Una revista donde también conocer al excelente grupo humano que está detrás del grupo.

Es para mí muy ilusionante el poder preparar esta revista para que los huéspedes conozcan los pormenores del grupo Palladium mientras están disfrutando de

la vida en alguno de hoteles del grupo. Esta nueva edición de la revista es todo un lujo de contenidos, comenzando por la portada, donde hemos tenido el gusto de que un icono contemporáneo como Penélope Cruz acceda a protagonizarla. Quiero asimismo dar la bienvenida desde estas líneas a Bernard Eric Wyss, el nuevo gran fichaje de la empresa, que aportará su visión y experiencia como nuevo Director de Innovación y Desarrollo de Producto. Quiero también celebrar el éxito de la pasada temporada en Ibiza, sede de la empresa, y la inauguración en Cancún del nuevo Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa. Espero que paséis unas buenas vacaciones allí donde estéis, sea un destino de frío o de calor. Que disfrutes •



Massimo Shadi Saab

STAFF

Director

Massimo Shadi Saab

Editor-in-chief / Redactor jefe

Carlos Risco

Creative Directors

Rodríguez y Cano

Contributors / Colaboradores

Irene Crespo, Daniel Prince, Carlos Adame, Martín Ulloa, Sira Lebón, Ángela Herrero, Jordi Teixeira.

Photo Editor

Julie Turcas

Translator

Eva Obregón

Thanks to: Jose Morgan, Leandro

Tajes, Maricela Maldonado, Ana

Castro, Laura Granados, Jose

Manuel Molina, Gonzalo Azumendi,

Luis Fraguas Moure, Álvaro

González, Ángel Herrera, José

Morgan, Fábio Mazini, Rebeca

García, Carolina Solís, Ricardo

Canales, Yavel Velázquez, Guillermo

Maldonado, Fábio Mazini, Guille

Rodríguez, Gabriela Martínez de

Castilla, Eduardo Peris, Patricia Otal,

Fabio Barbosa, Álex Soto, Juanan

Mari, Ana Muga, Remy Arroyo, Albert

Español, María Andreu y Ed Kennard.

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

Rotimpres

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 LIFESYLTLE AND CORPORATE MAGAZINES ARE DREAMT

WWW.SIMARIBIZA.COM



The Element of Happiness.



GRAND PALLADIUM

PUNTA CANA RESORT & SPA

Punta Cana, República Dominicana.

Cómodas habitaciones que invitan a llenarlas de historias. Entretenimiento para toda la familia y sabores del mundo. Esto es Grand Palladium Hotels & Resorts. Y aquí, encontrarás tu elemento –durante una maravillosa escapada, con todo incluido–. Donde los momentos de felicidad plena, simplemente surgen con el destino.

Reserva ahora y consigue nuestro mejor precio garantizado.

PALLADIUMHOTELGROUP.COM

+34 971 926 486

PALLADIUM
HOTEL GROUP

ESPAÑA • MÉXICO • REPÚBLICA DOMINICANA • JAMAICA • BRASIL

Vive el lujo inexplorado de un nuevo destino. **Costa Mujeres, Cancún. Próximo otoño 2018.**

HARD ROCK HOTEL TENERIFE



ONLY YOU HOTEL ATOCHA



HARD ROCK HOTEL TENERIFE



MICE

BY PALLADIUM
MEETINGS REDEFINED

LAS REUNIONES DE NEGOCIOS PUEDEN SER DIFERENTES.

En Palladium Hotel Group, creemos que viajar es siempre una experiencia única y cuidamos cada detalle para convertirla en algo inolvidable. Si estás planeando tu próximo evento, conferencia o viaje de incentivos, nuestros innovadores hoteles te sorprenderán.

PALLADIUM
HOTEL GROUP

MÁS INFORMACIÓN EN:
PALLADIUMHOTELGROUP.COM

LIVING

INTERVIEW WITH
**BERNARD
WYSS**
page 24

Let us guide you through the latest trends in technology, literature, fashion, beauty and sports. We like smiling at the friendly, well informed side of life. / **ESP.** Déjanos acompañarte a través de las últimas tendencias en tecnología, literatura, moda, belleza y deporte. Nos gusta sonreírle a la vida desde el lado más amable y mejor informado.

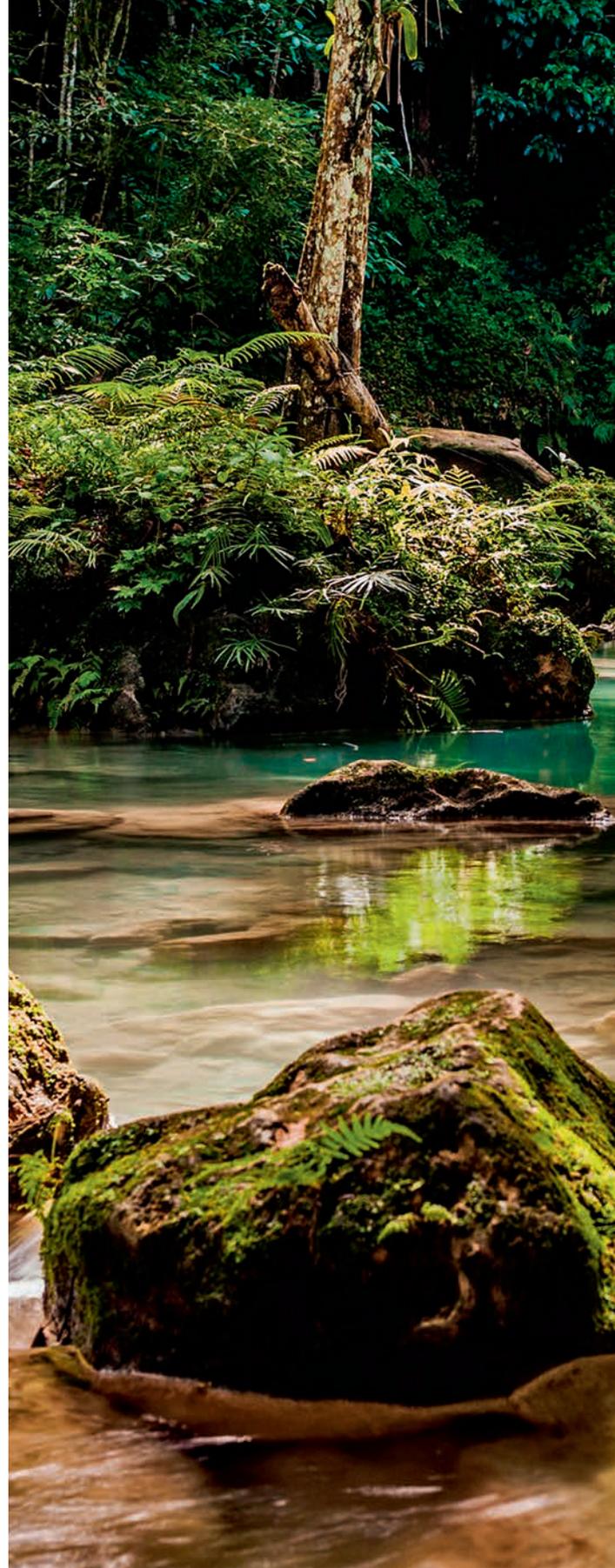
JAMAICA

18°28'00"N 77°55'00"O

Where // Dónde: James Bond Beach
/ Ocho Ríos

About ten miles from Ocho Ríos (a 20-minute drive) on the north coast of Jamaica, lies Oracabessa Bay where James Bond Beach is to be found. This is the place where we once saw Ursula Andress emerge from the sea, leaving her footprints on the beach's white sand as well as on the retinas of millions of 007 fans. Like any good "connoisseur," Bond was seduced by this figure framed by a incomparable landscape of crystal-clear waters and lush mountains. Today, travelers can also enjoy being seduced by this spot, or by the fresh fish and seafood served at the Two Storey Moonraker Bar, whose name is also inspired in Ian Fleming's novels.

ESP. A 16 kilómetros de Ocho Ríos (unos 20 minutos en coche), en la costa norte jamaicana, encontramos la bahía de Oracabessa, donde está emplazada James Bond Beach. Aquella en la que una vez vimos emerger a una Ursula Andress que dejó huella sobre las blancas arenas de la playa y también en las retinas de millones de fans de 007. Bond, como buen 'connoisseur', se dejó seducir por aquella figura enmarcada en un paraje sin igual de aguas cristalinas y exuberantes montañas. Hoy, el viajero puede dejarse también seducir por el lugar o por el pescado y marisco fresco que se sirve en el Two Storey Moonraker Bar, cuyo nombre encuentra también inspiración en las novelas de Ian Fleming.





by Jordi Teixeira

Blue Hole Waterfall, one of Jamaica's tourist attractions. / **ESP.** La cascada Agujero Azul, una de las atracciones turísticas de Jamaica.

by Martín Ulloa



View of the building of the museum of
Royal Palaces, in Santo Domingo. /
ESP. Vista del edificio del Museo
de los palacios reales,
en Santo Domingo.

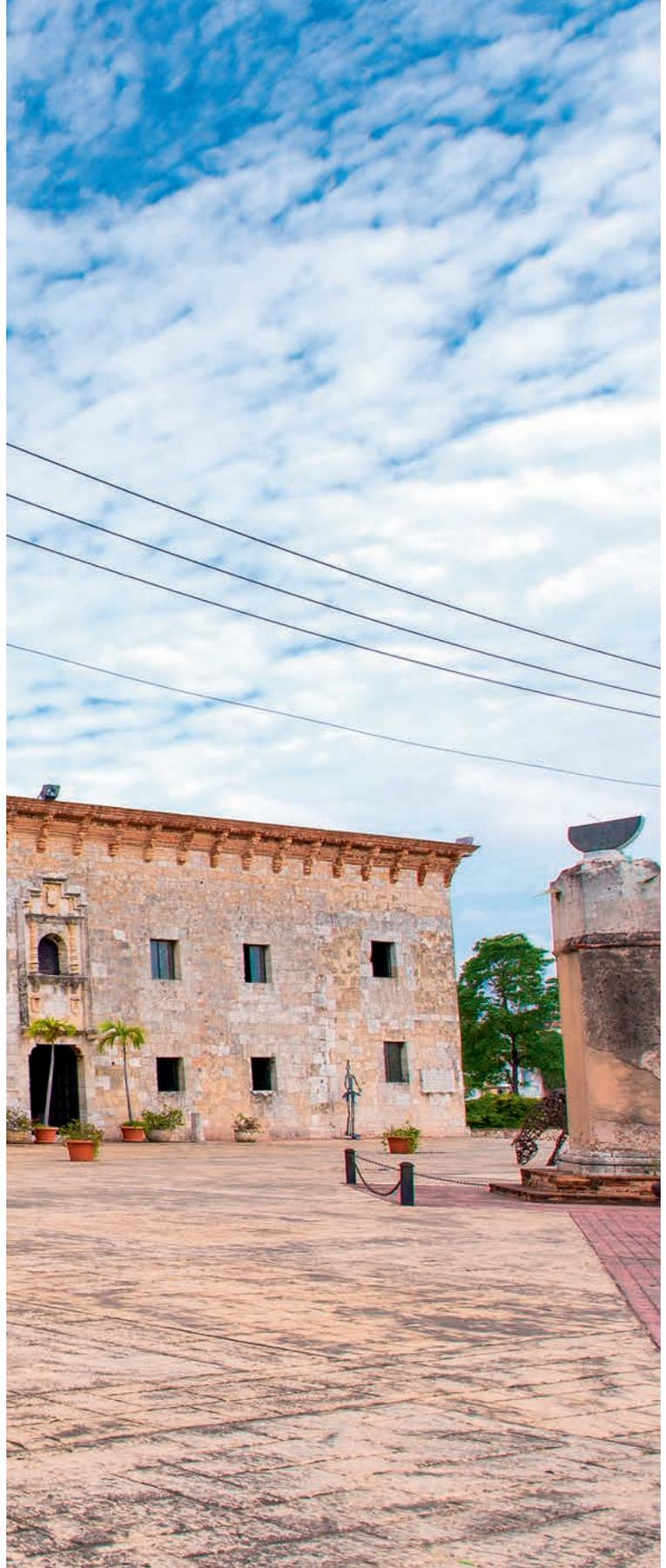
DOMINICAN REPUBLIC

40°25'08"N 3°41'31"W

Where // Dónde: Museum of the Royal Houses // Museo de las casas reales

Also known as the Palace of the Real Audiencia [the appellate court, literally translated as “Royal Audience”] of Santo Domingo, the Museum of Royal Houses is one of the key historical museums on the island. Built by the Spanish during the colonial period, in the 16th century, the museum’s name is due to the fact that it once housed the so-called “Royal Audience,” that is to say, the first courthouse in the New World. The building was also the residence of the Governors, Generals and Captains of the time. This institution was the first general administrative headquarters in the Americas, and it was so powerful at one point that it exercised jurisdiction over all its neighboring islands, including Cuba, Puerto Rico and Jamaica....even over the mainland. Since 1973 the building has been a History Museum and contains key information about the life and customs in Hispaniola during colonial times.

ESP. También conocido como el Palacio de la Real Audiencia de Santo Domingo, el Museo de las casas reales es uno de los edificios históricos clave de la isla. Construido por los españoles durante la época colonial, en el siglo XVI, debe su nombre a que en él se encontraba la Real Audiencia o lo que es lo mismo, el primer tribunal del nuevo mundo. También fue residencia de gobernadores, generales y capitanes de la época. Tal llegó a ser el poder de esta institución, sede de la primera Administración general de las Américas, que ejerció jurisdicción sobre todas las islas vecinas incluyendo Cuba, Puerto Rico o Jamaica... E incluso sobre tierra firme. Desde 1973, el edificio es Museo de Historia y contiene claves de la vida y costumbres de La Española colonial.





SPAIN

18°30'37"N 68°22'10"O

Where // Dónde: Pilate's House (Seville) // Casa de Pilatos (Sevilla)

The first superproduction to use Pilate's House as a location was Lawrence of Arabia around 1962. Next came Ridley Scott with 1492: Conquest of Paradise, and since he famously loves Spain, he repeated with The Kingdom of Heaven. The last film to be shot there was Tom Cruise's Knight and Day in 2009, and who knows how many more productions will come in search of the authentic spirit of Pilate's House? It's not at all surprising though. The building has it all: beauty, history, legend and it's also a true work of art in and of itself. It's a work of art not only thanks to its combination of Italian Renaissance and Spanish Mudéjar architectural styles, but also because its interior is full of treasures. Construction of the palace began in 1483 by order of Pedro Enríquez de Quiñones and his second wife, Catalina de Ribera. But it was their children and their descendants who concluded the works.

ESP. La primera superproducción que tuvo la Casa de Pilatos como escenario fue 'Lawrence de Arabia', allá por 1962. Después vino Ridley Scott con '1492: la conquista del Paraíso' y como buen amante de España, repitió con 'El reino de los cielos'. El último en venir a rodar su 'Día y noche', en 2009, fue Tom Cruise, y quién sabe cuántos más volverán en busca de espíritu auténtico a la Casa de Pilatos. No es de extrañar. El edificio en sí lo tiene todo: belleza, historia, leyenda y es, además, una verdadera obra de arte en sí mismo. Una obra de arte por su construcción con una combinación de los estilos renacentista italiano y mudéjar español y porque su interior está repleto de tesoros. El palacio comenzó a construirse en 1483 por orden de Pedro Enríquez de Quiñones y su segunda mujer, Catalina de Ribera, pero fueron sus hijos y descendientes quienes culminaron la obra.

by Jordi Teixeira



Inside the Pilate's House palace. It is believed that Seville's Holy Week has its origins in the Via Crucis celebrated here in starting in 1520. / **ESP.** Interior de Casa Pilato: se cree que el Via Crucis que se celebra aquí desde 1520 es el origen de la Semana Santa sevillana.

BRAZIL

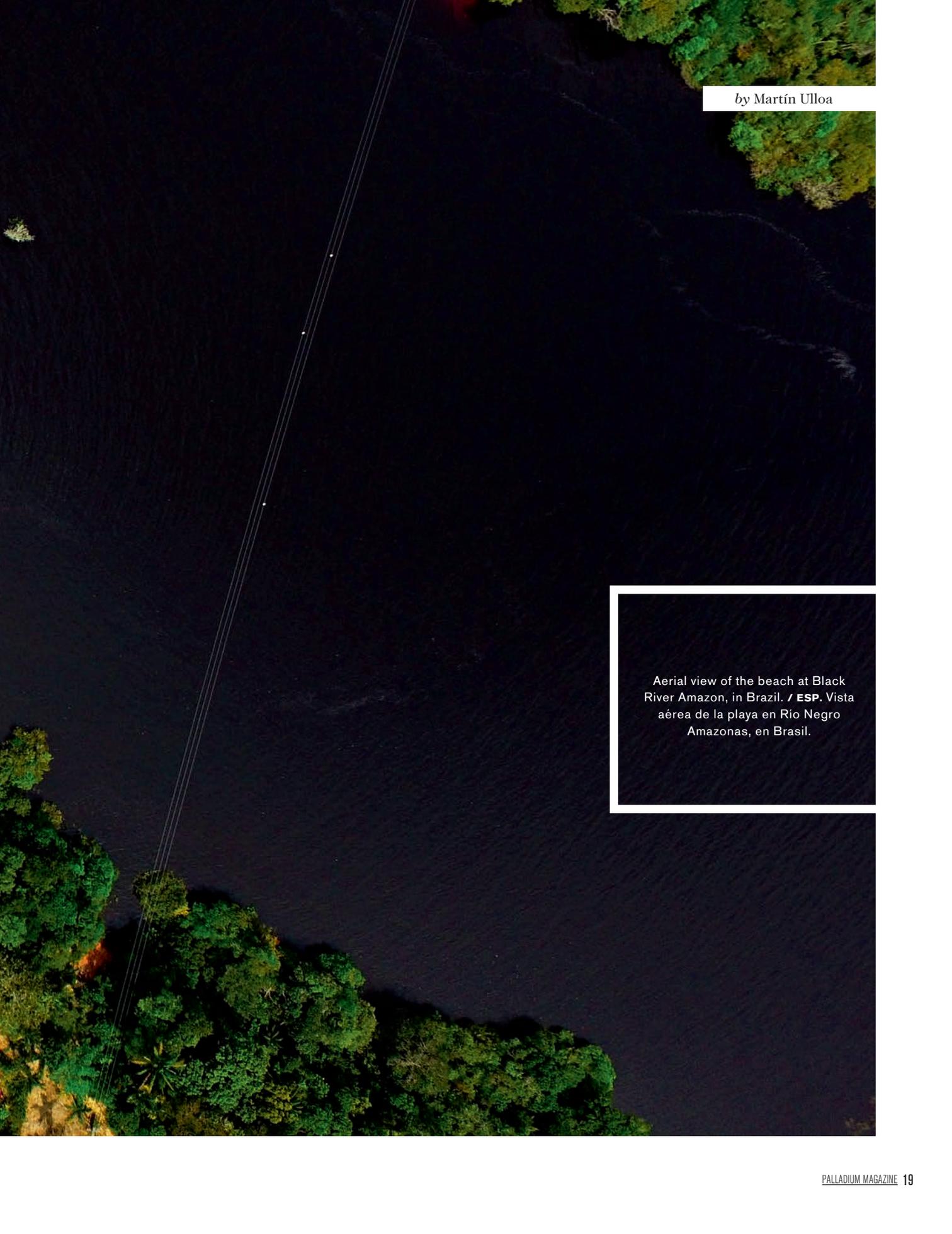
38°07'00"N 13°22'00"E

Where // Dónde: Puente Río Negro (Manaos) // Puente Río Negro (Manaos)

Just look at the numbers: 3,931 yards; about 625 million dollars; a 590 foot high central pillar; 22,046 tons of steel; 1.5 million bags of cement; 127 tons of sand; 79,366 tons of bitumen coating, and 3,400 workers. The second-longest cable-stayed bridge in the world – after another bridge that crosses the Orinoco River in Venezuela– was inaugurated on 2011 with the aim of connecting Manaus with a place called Iranduba in order to favor economic growth. Through this bridge, two large openings each spanning over 656 feet, allow boats to continue to navigate along the Negro River...This is the face of a growing Brazil, a country that defies some of the most powerful natural barriers on the planet.

ESP. Atención a los números: 3.595 metros, unos 625 millones de dólares, 185 metros de altura en su pilar central, 20.000 toneladas de acero, 1,5 millones de sacos de cemento, 47.000 metros cúbicos de arena, 72.000 toneladas de revestimiento de betún y 3.400 trabajadores... Se trata del segundo puente atirantado más largo del mundo –batido únicamente por otro que cruza el Orinoco, en Venezuela– y fue inaugurado en 2011 para unir Manaus con la localidad de Iranduba en beneficio del crecimiento económico. A través de este puente, dos grandes vanos de 200 metros de largo siguen permitiendo la navegación fluvial por el Río Negro... Se trata de la cara de un Brasil en crecimiento, de un país que desafía los escollos naturales más potentes del planeta.





by Martín Ulloa

Aerial view of the beach at Black River Amazon, in Brazil. / **ESP.** Vista aérea de la playa en Río Negro Amazonas, en Brasil.

by Jordi Teixeira



Altar to the Day of the Dead at the Blue House, historic house and art museum dedicated to Frida Kahlo. / **ESP.** Altar al Día de los Muertos en la Casa Azul, museo de arte dedicado a Frida Kahlo.



MEXICO

12°58'15"S 38°30'39"O

Where // Dónde: Frida Kahlo Museum // Museo de Frida

The Frida Kahlo Museum, popularly known as the Blue House, is located in one of the most beautiful, most historic neighborhoods in Mexico City. Here, in the house where Frida was born and died, the artist's personal belongings are intermingled with some of her best works, including "Long Live Life," "Frida and the Caeserean Section," and "Portrait of My Father Wilhem Kalho." Each object in the house tells a story about the painter's life: the portrait she made of her friend and lover, the photographer Nickolas Muray, the butterfly collection she received as a gift from Isamu Noguchi... and, in the studio, the easel she received from Nelson Rockefeller. The Blue House is a must, one of the most visited museums in the Mexican capital.

ESP. La casa museo de Frida Kahlo, la conocidísima Casa Azul, se sitúa en uno de los barrios más bellos y antiguos de la Ciudad de México. Allí, en el lugar donde Frida nació y murió, los objetos personales de la artista se mezclan con algunas de sus mejores obras, tales como 'Viva la vida', 'Frida y la Cesárea' o 'Retrato de mi padre Wilhem Kalho'. Cada uno de los objetos de la casa cuenta una historia personal de la pintora: el retrato que le hizo su amigo y amante, el fotógrafo Nickolas Muray, la colección de mariposas que le regalara Isamu Noguchi... y en el estudio, el caballete obsequio de Nelson Rockefeller. La Casa Azul es un 'must', uno de los museos más visitados de la capital mexicana.

by Martín Ulloa



View of Etna volcano, in Sicily, in full eruption. The lava flow runs hot on the snow. / **ESP.** Vista del volcán Etna, en Sicilia, en plena erupción. El flujo de lava discurre ardiente sobre la nieve.

SICILIA

19°37'53"N 87°04'23"O

Where // Dónde: Mount Etna //
Volcán Etna

Covered in mist, snow, lava and sometimes even by the typically capricious eruptions of an active volcano, Mount Etna has always had epic and legendary proportions. One of the physical dimensions is its height of about 10,898 feet, continually altered by the ongoing eruptions. The volcano covers an estimated 463 square miles between the provinces of Mesina and Catania, and has no fewer than 4 craters. Its ancient Sicilian name, Gibello or Mongibello, appears to be derived from the time the Arabs were present on the island ("Yebel" means mountain). The myths and narratives of the various peoples who have lived on the island are as mixed up as the inside of the mountain, giving this volcano an almost supernatural scale.

ESP. Envuelto en brumas, nieves, lavas y en ocasiones, hasta por las erupciones caprichosas propias de un volcán en activo, el Etna siempre ha tenido dimensiones épicas, de leyenda. Además de unas dimensiones físicas que le dan una altura de unos 3.322 metros, alteradas sin cesar por continuas erupciones. Se calcula que se extiende por una superficie de unos 1.200 Km² entre las provincias de Mesina y Catania, y alberga nada menos que cuatro cráteres. Su antiguo nombre siciliano, Gibello o Mongibello, parece una derivación de la presencia árabe en la isla ('yebel' significa montaña). Los mitos y narraciones de los diversos pueblos que habitaron la isla se mezclan como sus entrañas, para dotar a este hermoso volcán de una magnitud casi sobrenatural.

**Bernard
Wyss**

“Evolution implies
managing customer
relations”

by **CARLOS ADAME**

Swiss-born Bernard Eric Wyss joined Palladium Hotel Group as Director of Innovation and Product Development just a few months ago. This highly qualified professional has experience at various companies and destinations and is specialized in the tourist industry, yet he admits that the Ibizan company has managed to surprise him. Mainly because of the Matutes' family's easy-going humility and capacity for dialogue. "They've created an exemplary company and they're still listening, analyzing themselves and collaborating in order to continue to make improvements and grow. It's really commendable."

El suizo Bernard Eric Wyss lleva apenas unos meses en Palladium Hotel Group como Director de Innovación y Desarrollo de Producto. Profesional más que cualificado, bregado en muchas empresas y destinos y especializado en turismo, reconoce que la compañía ibicenca le ha sorprendido. Por la cercanía, humildad y capacidad de diálogo de la familia Matutes. "Han creado una empresa ejemplar y siguen escuchando, auditándose y colaborando para seguir mejorando y creciendo. Es muy loable".

ENG | ESP

What surprised you over the past few months about the company and about Ibiza?

How eager everyone at the company is to continually evolve, to question everything they've done up until now, even though what they've done was revolutionary and tremendously successful. It's hard for a company to keep staring at its bellybutton in order to make improvements. I was also surprised at how approachable the Matutes family and management team are. I came over from another hotel company where I worked for 14 years, and it was very corporate, a lot more so than Palladium Hotel Group where the family environment is fantastic.

Self-criticism is very necessary.

Of course, and it should come from a sense of humility and an eagerness to constantly innovate. That's the example set by the Matutes family and the Board.

What short-term and mid-term challenges have you set for yourself?

I don't really believe in short-term challenges. But we need to consolidate our products. And grow in a sustainable manner. Among many other projects, we're developing two brands and the evolution of The Royal Suites by Palladium, which happens to be called TRS Hotels. Moreover, we need to implement all the new quality standards at Gran Palladium and TRS Hotels, based on The Leading Hotels of The World and/or the American Automobile Association (AAA) Four Diamond Rating.

This company is constantly evolving. Where is it heading?

Although it's easier said than done, it's heading exactly where customers want it and expect it to head. What does that mean? Many of the sub-brands we have in the Palladium Hotel Group portfolio, particularly those operating under the "all inclusive" system, have tended to focus more on managing costs, and, right now, their evolution entails starting to manage value, managing customers and their experiences. And we're heading towards that objective. We're not looking to be the best at controlling costs, but to be the best at adding value for customers so that we can raise prices, build loyalty and create experiences. We want to play to win, not to lose. The Innovation Department has made a significant qualitative leap.

Everyone seems to use the word innovation without giving it much thought. But, what is it really?

I like to divide it in two or three phases. There's the organic

¿Qué le ha sorprendido en estos meses tanto de la empresa como de Ibiza?

Las ganas de toda la compañía de evolucionar constantemente. De cuestionarse todo lo que han hecho hasta ahora, aunque haya sido revolucionario y tremendamente exitoso. Es complicado que en una empresa se miren el ombligo para mejorar. También la cercanía de la familia Matutes y de todo el equipo directivo. Vengo de otra empresa hotelera en la que estuve 14 años y donde había mucho corporativismo, mucho más que en Palladium Hotel Group, donde el ambiente familiar es fantástico.

Autocrítica muy necesaria.

Desde luego, y desde la humildad y las ganas de innovar permanentemente. Con el ejemplo de la familia Matutes y del Consejo a la cabeza.

¿Qué retos se marca a corto y medio plazo?

No creo demasiado en los retos a corto plazo. Pero tenemos que consolidar nuestros productos. Y crecer de una manera sostenible. Estamos desarrollando, entre otros muchos proyectos, dos marcas y la evolución de The Royal Suites by Palladium, que pasa a denominarse TRS Hotels. Además, hay que implementar todos los nuevos estándares de calidad de Gran Palladium y de TRS Hotels, basados en The Leading Hotels of The World y/o 4 Diamantes de la American Automobile Association (AAA)

Esta empresa está en constante evolución.

¿Hacia dónde se dirige?

Aunque es más fácil decirlo que ejecutarlo, exactamente hacia donde el cliente quiere y espera. ¿Esto qué significa? Muchas de las submarcas que tenemos en el portafolio de Palladium Hotel Group, principalmente las que operan bajo el sistema 'all inclusive', han estado más enfocadas en la gestión del coste, y ahora mismo la evolución pasa por la gestión del valor, por la gestión del cliente, de sus experiencias. Y vamos hacia ese objetivo. No buscamos ser los mejores en controlar los costes, sino ser los mejores en aportar valor al cliente para poder vender más caro, para fidelizarlo, para crear experiencias. Queremos jugar a ganar, no a no perder. El salto cualitativo en el departamento de innovación ha sido importante.

La palabra innovación la utiliza todo el mundo con una alegría tremenda. Pero, ¿qué es, realmente?

A mí me gusta dividirla en dos o tres fases. En la división

aspect, which is where 80% of the company is at, and which consists of improving what is already there. And then there's disruptive innovation which can be low or high end, and consists of importing our services and concepts, whether or not customers are demanding them, because we believe in that demand. An example of a low-end disruption is Ryainair when they created low-cost flights. In our case we have Family Selection, a premium club for families whose parents want to enjoy all the benefits they had when they were single, with special offers for adults which are very much focused on the children.

The market is very competitive and is currently in the midst of a fourth industrial revolution that is already quite mature.

How important is R&D?

It is crucial in order to position and differentiate a brand. Innovation and product development should be the drivers that help us determine where we are headed. This will allow us to cover new trends and needs among today's travelers. And this is key if we are to ensure that customers choose one of our products and not the competitors' products. Price should not factor into that decision.

And what does that mean?

Many Spanish destinations and many other sectors are involved in a price war in an attempt to attract customers.

But, for instance, with new customers, so-called Millennials...they might appreciate the whole issue of price, but they do not consider it a decisive factor when choosing a destination.

What are the current trends in the market?

With a view to 2018, we've observed that hotels are tending to become thematic in order to differentiate themselves from other hotels. And we will also see more smaller, boutique hotels that are able to offer that specialized service. We're also seeing a trend towards using technology but respecting the human aspect, which I think is crucial. And, as mentioned earlier, big lounges and lobbies are being transformed into meeting points where customers can interact. Places where they can meet people.

Like at communal tables in restaurants, for instance.

With Ushuaia, the company has made a grand entrance in the nightlife business. How do you go about obtaining the information you need to create these new products?

By traveling a lot, analyzing the competition, attending industry fairs and conferences, and, I insist, by studying other industries. Creating groups to improve different branches of the hospitality business, both internal and external. So we can study what happens, what's being said in the market, and what we can use. In groups that are external to the company, we'd like to have bloggers, an influencer or a travel agent. So

orgánica, que es en la que se encuentra el 80% de la compañía, y que consiste en mejorar lo existente. Y luego está la innovación disruptiva, que puede ser low o high, y que consiste en importar nuevos servicios o conceptos que el cliente está demandando o que no está demandando, porque nosotros creamos esa demanda. El ejemplo de una disruptiva low puede ser Ryainair, cuando crearon los vuelos de bajo coste. En nuestro caso tenemos el Family Selection, un club premium para familias cuyos padres quieren disfrutar de todos los beneficios que tenían cuando eran solteros, con ofertas sólo para adultos y muy enfocado a los niños

El mercado es muy competitivo y se encuentra en una cuarta revolución industrial ya madura. ¿Hasta qué punto es importante el I+D?

Es vital para posicionarse y diferenciarse. La innovación y el desarrollo de productos deben ser los motores que permitan saber con antelación hacia dónde dirigimos. Para cubrir esas nuevas tendencias y necesidades del viajero actual. Es clave para que el cliente se decante por uno de nuestros productos y no por uno de la competencia. Y sin que el precio sea el factor de decisión.

¿Y eso, qué significa?

Hay guerra de precios en muchos destinos españoles y en todos los sectores para captar clientes. Pero por ejemplo el

nuevo cliente, el denominado millennial, aunque aprecia el tema del precio, no lo tiene como factor decisivo a la hora de escoger un destino.

¿En qué tendencias se mueve el mercado?

De cara a 2018 y años siguientes, hemos observado que los hoteles tienden a tematizarse para diferenciarse de los demás. Y también habrá más hoteles boutique, más pequeños, para poder brindar ese servicio más especializado.

Y hacia el uso de la tecnología, pero

respetando la parte humana, que me parece fundamental. Y ya hemos comentado la conversión de los grandes salones, de los lobbies, en puntos de encuentro, de interacción para los clientes. En sitios en los que pueda conocer gente. Como en las mesas comunales en los restaurantes, por ejemplo.

La empresa ha entrado en el negocio del ocio nocturno a lo grande con Ushuaia. ¿Cómo obtienen la información para crear estos nuevos productos?

Viajando mucho, analizando a la competencia, asistiendo a ferias y encuentros del sector e, insisto, estudiando a otras industrias. Creando grupos de mejora de distintos ramos de la hostelería tanto internos como externos. Para estudiar qué sucede, qué se escucha en el mercado y qué podemos utilizar. En los grupos externos a la empresas queremos tener a bloggers, a un influencer o a un agente de viajes. Para saber qué se dice de Palladium Hotel Group o del resto de empresas

ESP. ". FREEDOM IS BEING ABLE TO TAKE PART IN À LA CARTE ACTIVITIES, LIKE AT TRS HOTEL OR HAVING BREAKFAST AVAILABLE 24-HOURS A DAY AT ONLY YOU" // ESP. "LA LIBERTAD ES PODER HACER LAS ACTIVIDADES A LA CARTA COMO EN EL TRS HOTEL O COMER EL DESAYUNO EN EL ONLY YOU LAS 24 HORAS DEL DÍA"



we can find out what the market is saying about Palladium Hotel Group and the rest of the companies.

The company has specialized in the luxury segment. Is there a future in that segment?

Of course. And luxury is another word that people use without really giving it much thought. To me, it varies depending on who you're talking to, and traditional hotel luxury has nothing to do with what Millennials expect. Nowadays, luxury, at least in my humble opinion, has to do with space, freedom and time. Space is, for instance, not having another diner's table right next to yours, or having enough space around my sunbed on the beach so that I can talk with my spouse without everyone around us following the conversation.

Freedom is being able to take part in à la carte activities, like at TRS Hotel, for instance, or having breakfast available 24-hours a day at Only YOU. And as for time, there's no greater luxury than being able to do whatever you want whenever you want to do it.

Sustainability is essential, and Palladium Gran Hotel has proven this.

Many hotels try to get environmental certification as a mere tool for marketing and positioning. For us, it's part of our DNA.

en el mercado.

La compañía se ha especializado en el segmento del lujo. ¿Tiene recorrido?

Desde luego. Y lujo es otra de las palabras que la gente utiliza con singular alegría. Para mí varía en función de con quién hables, y considero que el lujo hotelero tradicional no tiene nada que ver con el que espera el millennial. Ahora el lujo, al menos en mi humilde percepción, trata de espacio, libertad y tiempo. Espacio es no tener por ejemplo la mesa de otro comensal pegada a la mía o disponer de una tumbona en la playa con suficiente espacio como para poder hablar con mi pareja sin que se entere el vecino. La libertad es poder hacer las actividades a la carta como en el TRS Hotel, por ejemplo, o comer el desayuno en el Only YOU las 24 horas del día. Y en cuanto al tiempo, no hay mayor lujo que hacer lo que quieras cuando quieras.

La sostenibilidad es básica y Palladium Gran Hotel lo demuestra.

Muchos hoteles buscan la certificación medioambiental como una mera herramienta de marketing y posicionamiento. Nosotros lo llevamos en el ADN. Nos lo creemos y lo llevamos a cabo.



Travel

Travel like a pro

by **IRENE CRESPO**

Travel light, in other words, don't think about work! It's the only way to enjoy it.

/ **ESP.** Viaja ligero, es decir, sin pensar en el trabajo. Es la única forma de disfrutar.

Our 21st-century society is fast-paced. Is it too fast? The virtual world makes our real world speed up. If we don't take photos of our travels, if we don't share these travels, it's as if we hadn't traveled. We are gripped by the fear of missing out (FOMO) on what's going on around us (or in some remote corner), but, above all, the experience of travel, that moment that should be an absolute pleasure has been transformed into a check list or several check lists of destinations to visit, restaurants to dine at and photos to take.

PUT DOWN YOUR CELL PHONE

Tourism has had (and is still having) a golden moment as it has learned to exploit our thirst for experiences. But precisely because society is moving so fast, some people are looking beyond FOMO and realizing that maybe what really matters isn't so much accumulating experiences, stamps in our passports, or hashtags on our Instagram accounts, but simply being present while we experience those moments. It's really no big deal if you miss whatever moments those with more social network followers than you have experienced and shared before you. What really matters is that

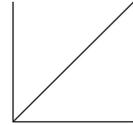
you're there watching the sunrise on that Greek isle, not whether you take photos of it. It's OK to take photos, but then put your cell phone down, put your camera down. That's what the pros are saying nowadays. What matters isn't that you visit each and every monument you found in that article on "10 Must-See Places to Visit in Prague" so you can check it off your list, but the fact that you're actually there to see them and wandering the streets of Prague, tasting its beers, mingling with locals at its cafés, having your own experience in the city.

GET LOST!

The most rewarding thing about traveling isn't the number of likes on your photos; it's the pictures you take (with your cell phone or in your mind), your traveling companions, the people you met, the fact that you managed to give mind and body a break from their usual routine. Otherwise, travel becomes an extension of our everyday lives and vacation time loses its meaning, becoming just another factor that adds to the greatest evil plaguing today's younger generation: dissatisfaction. And there should be nothing more satisfactory than vacationing at a destination you've always wanted to visit or never dreamed you would get to see. It's good to plan trips. Sometimes, especially as far as budgeting, it's the best way to make the most of the experience, but it's also good to leave some things to chance. Learn to enjoy the anxiety of not knowing where you'll sleep at night. The excitement of discovering a hidden spot that wasn't on your list.

Until we relearn and practice all this, we won't become pro travelers. We won't be Ernest Hemingways. Or Freya Starks. •

BEFORE YOU TRAVEL // ANTES DE VIAJAR



Having outlined our philosophy and attitude with respect to travel, here are some practical tips for pro travelers. **/ESP.** Después de exponer la filosofía y psicología viajera, nos ponemos prácticos con estos siete imprescindibles para el viajero nivel experto.

1 Go ahead and visit popular destinations, but go during the off season. Ibiza and Formentera are even more paradisiacal in the fall.

/ESP. Vete a destinos populares, sí, pero en temporada baja. Ibiza y Formentera en otoño son más paraíso.

2 Travel like a millionaire...But, how? In brief: planning and budgeting.

/ESP. Viaja como un millonario. ¿Cómo? En dos palabras: planificación y presupuesto.

3 Check the expiration date on your passport before you leave home. Yes, it can happen to anyone.

/ESP. Antes de salir de casa, comprueba la caducidad de tu pasaporte. Sí, a todos nos puede pasar.

4 Call your bank, let them know you'll be away so you'll avoid problems when you reach your

destination. **/ESP.** Llama a tu banco, díles que te vas para evitar problemas en destino.

5 Call your phone company: you don't want to have a heart attack when you get home and see the bill.

/ESP. Llama a tu compañía de teléfono: no querrás un susto a la vuelta.

6 Prepare a good playlist. Inspired by the destination and the mood you're going for.

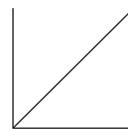
/ESP. Prepara una buena playlist. Inspirada en el destino o en el mood que busques.

7 Find apps that make traveling easier, not more complicated.

/ESP. Busca las apps que puedan ayudarte para facilitarte el viaje, no complicártelo.

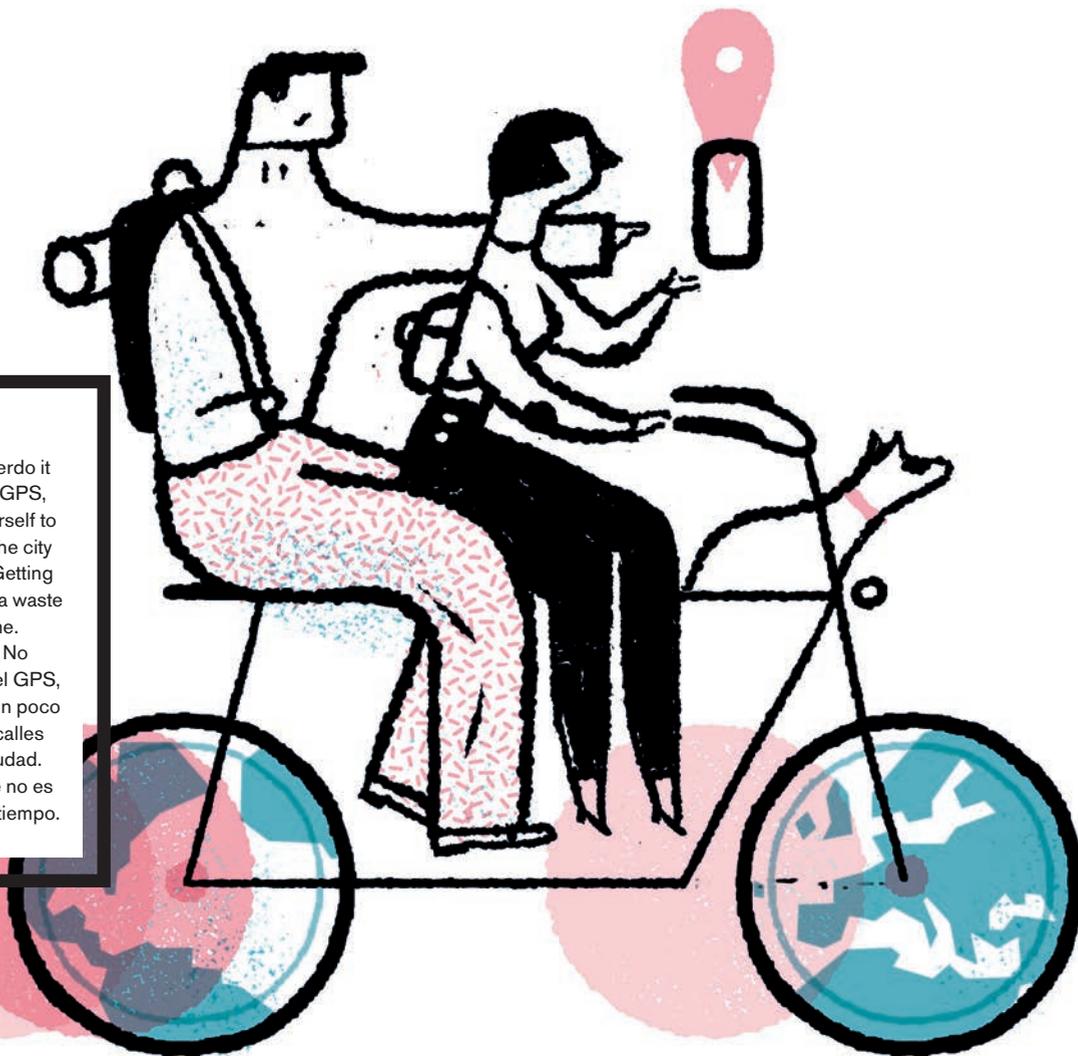


LO IMPORTANTE DEL VIAJE ES LA COMPAÑÍA



Don't overdo it with the GPS, allow yourself to wander the city streets. Getting lost is not a waste of time.

/ **ESP.** No abuses del GPS, piérdete un poco por las calles de la ciudad. Perderse no es perder el tiempo.



ESP. VIAJA COMO UN EXPERTO. La sociedad del siglo XXI va muy rápido. ¿Demasiado? El mundo virtual acelera nuestro mundo real. Si no hacemos una foto de nuestros viajes, si no compartimos ese viaje, parece que no hemos viajado. El miedo a perdernos lo que pasa a nuestro alrededor (o lejos de nosotros), al que algún avezado llamó FOMO (fear of missing out), se ha

apoderado de nosotros, pero sobre todo de la experiencia del viaje. Ese momento que debía ser de placer absoluto se ha transformado en una lista, o varias, en la que debemos ir tachando destinos, restaurantes, fotos que hacernos.

SUELTA EL MÓVIL

El turismo ha vivido (y vive) un momento de oro al saber aprovechar nuestra sed

de experiencias. Pero, precisamente, porque la sociedad va tan rápido, hay quien ya ha pasado por delante del FOMO y se ha dado cuenta de que quizá lo importante no era acumular experiencias, ni sellos en el pasaporte, ni hashtags en tu cuenta de Instagram; lo importante era vivir esos momentos. No pasa nada si te pierdes aquellos momentos que otros han vivido y

compartido antes que tú en su cuenta con más seguidores. Lo importante no es fotografiar el amanecer desde esa isla griega, lo importante era vivirlo. Está bien fotografiarlo, pero después suelta el móvil, suelta tu cámara. Eso es lo que dicen los expertos ahora.

Lo importante no es pasar por cada uno de los monumentos que has sacado del artículo titulado 'Los 10 sitios que debes visitar en Praga'. Lo importante es que los veas, y te pierdas por las calles de Praga, pruebes su cerveza, te mezcles en sus cafés, que vivas tu propia experiencia en la ciudad.

¡PIÉRDETE!

La recompensa de un viaje no son los likes en tu foto, son las fotos que has podido hacer (con tu móvil o en tu cabeza), es la compañía en ese viaje, la gente a la que has conocido, el descanso de tu mente de la pesada rutina, tu respiro físico. Lo contrario no es más que una extensión de nuestras vidas y las vacaciones entonces pierden su sentido porque se convierten, simplemente, en un nuevo peso para el gran mal de las generaciones jóvenes actuales: la insatisfacción. Y no debería existir nada más satisfactorio que unas vacaciones en un destino al que siempre quisiste ir o uno al que nunca soñaste con llegar. Está bien planificar los viajes, a veces, sobre todo por cuestiones de presupuesto, es la mejor forma de aprovechar al máximo la experiencia, pero también está bien dejar algo al azar. Aprender a jugar con la ansiedad de no saber dónde dormirás esa noche. La emoción de descubrir un rincón que no tenías apuntado en tu lista.

Hasta que no volvamos a entender y practicar todo esto, no seremos viajeros expertos. No seremos Ernest Hemingways. Ni Freya Starks. •



WHAT SHOULD I PACK? // ¿QUÉ METO EN LA MALETA?

The eighth thing you must learn to master before any trip is knowing how to pack your suitcase. **/ESP.** El octavo factor imprescindible antes de cualquier viaje debería ser aprender a hacer la maleta.

- 1** The ultimate aim should be to avoid having to check your baggage. You'll save time, sometimes money, and avoid the unnecessary risk of losing your luggage. **/ESP.** No facturar es siempre el fin último. Ahorras tiempo, a veces dinero, y evitas las indeseadas pérdidas de equipaje. _____
- 2** If you do check your baggage, make sure your headphones, face-mask, toothpaste and tooth brush, reading and cell phone charger are in your carry-on bag. **/ESP.** Si facturas, lleva siempre contigo: cascos, antifaz, pasta y cepillo de dientes, lectura y cargador del móvil. _____
- 3** Take only what you'll really need. Really think what that might be and leave the rest at home. **/ESP.** Sólo lleva lo que vayas a necesitar, piensa de verdad qué puede ser y deja el resto en casa. _____
- 4** And, what if you can't fit it all in? That's because you packed too much stuff. **/ESP.** ¿Y si no cabe todo? Es porque te sobran cosas. _____
- 5** Or because you need to learn how to pack. Try a vertical luggage system. **/ESP.** O porque tienes que aprender a guardarlo. Prueba con el sistema de maleta vertical. _____
- 6** Always pack a bathing suit. And an umbrella. You never know what may come up. **/ESP.** Mete siempre un bañador. Y un paraguas. Debes prepararte para todo. _____
- 7** And, last but not least: make your suitcase easy to identify by labeling it with your name and adding an accessory. **/ESP.** Y, por último, identifica tu maleta, con tu nombre y algún complemento único. _____



Sustainable Mobility

Major car manufacturers are joining the global trend towards sustainable driving. The automobile industry's most exclusive offers combine new forms of energy. These new electric sedans are the best way to future-proof driving.

Los grandes fabricantes de automóviles se apuntan a la tendencia global de la conducción sostenible. Las ofertas más exclusivas de la industria automovilística se fusionan con nuevas formas de energía. Estas nuevas berlinas eléctricas son la mejor prueba del futuro.

by **MARTÍN ULLOA**



ASTON MARTIN DBX

www.astonmartin.com

The new creature created by the British manufacturer combines sporty style with the spirit of an SUV. Its market launch is slated for 2019.

La nueva criatura del fabricante británico es un vehículo eléctrico que fusiona lo deportivo y el espíritu SUV. Será lanzado al mercado en 2019.



Smart Electric Drive

www.smart.com

The perfect city car, it offers a total range of 160 km (100 miles) and is compact in size. It's the car of the future.

El coche urbano perfecto, con 160 km de autonomía, propulsión eléctrica y un tamaño reducido. El futuro es suyo.

Audie e-Tron Quattro

www.audi.com

Half-way between the Q5 and the Q7, with an enviable aerodynamic design and futuristic interior, which makes a statement.

A medio camino entre el Q5 y Q7 y con una aerodinámica envidiable, presenta un interior futurista, toda una declaración de intenciones del futuro eléctrico.

Manufacturers are committed to sustainable driving. // Los fabricantes están comprometidos con la sostenibilidad.

Range Rover Sport P400e

www.landrover.com

A 404 CV hybrid that allows you to travel up to a maximum 51 kilometers (32 miles) on 100% electric mode.

Un híbrido con 404 CV que permite recorrer hasta un máximo de 51 kilómetros en modo 100% eléctrico.



BMW i3

www.bmw.com

BMW's first zero emissions model offers 170 CV of horsepower and a carbon fiber body with a total range of up to 130 kilometers.

El primer BMW de serie con cero emisiones posee 170 CV de potencia e incorpora carrocería de fibra de carbono y autonomía total de hasta 130 km.



Tesla Model 3

www.tesla.com

The California-based manufacturer's biggest bet is this 100% electric sedan with a revolutionary \$35,000 starting price.

La apuesta definitiva del fabricante californiano es esta berlina 100% eléctrica a un revolucionario precio de arranque de 35.000 dólares.

Mercedes Class B Electric Drive

www.mercedes-benz.com

The German company's electric minivan prioritizes connectivity and autonomous driving.

El monovolumen de propulsión eléctrica de la firma alemana se enfoca hacia la conectividad y la conducción autónoma.

Electric cars are offering increased ranges as prices drop. // La autonomía del eléctrico crece mientras su precio desciende.

Velántur

www.velanturcars.com

Inspired by the classic roadsters of the 40s and 50s, the first Spanish electric car, Velántur, combines artisan production with technology.

Inspirado en los clásicos 'roadster' de los años 40 y 50, entre la fabricación artesana y la alta tecnología, Velántur es el primer coche eléctrico español.





The future of the car is decidedly electric. // El futuro del automóvil es decididamente eléctrico.





Scale models, sketches and audiovisual material give us a glimpse of the world of architect Norman Foster.
/ **ESP.** Maquetas, dibujos y audiovisuales permitirán acceder al mundo del arquitecto. Norman Foster.

NORMAN FOSTER

NORMAN FOSTER

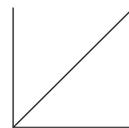
THE ARCHITECT

EL ARQUITECTO Y SU

AND HIS VISION

VISIÓN DEL FUTURO

OF THE FUTURE



MADRID

The exhibit coincides with the projected expansion of the Prado Museum. // La muestra coincide con la futura ampliación del Museo del Prado.

Starting with his early works over half a century ago, Norman Foster's architecture has always sought to use technical expertise to prepare for the future and overcome physical and social barriers. Foster finds inspiration both in historic buildings and in scientific progress. His projects reconcile tradition with modernity, urban savvy with transformative power and aesthetic excellence with technological innovation. The objective behind the exhibition "Norman Foster: Common Futures," at Fundación Telefónica in Madrid, is to familiarize the public with the architect's work and his vision of the future while bringing his sources of inspiration to light. The exhibit focuses on the continuities in Foster's work, confirming that the future and the past have the capacity to inspire the present. Moreover, throughout its twelve sections, the exhibition offers an overview of Norman Foster's ideas on various social issues along an itinerary that begins with a reflection on the past,



EL PRADO

The expansion Norman Foster has proposed for the Prado Museum, entitled "Hidden Design," is aimed at maximizing the building's exhibit space and creating a large atrium to access the building from the southern façade, imprinting a semi-open character on the space and making it permeable to the outdoors.

Bajo el lema Traza Oculta, la ampliación del Museo del Prado que realizará Norman Foster rentabiliza al máximo el uso museístico del edificio y crea un gran atrio de acceso en la fachada sur, imprimiendo a este espacio un carácter semiabierto y permeable al exterior.



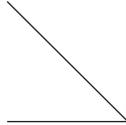
ends with the future and touches upon culture, work, well-being and sustainability along the way. Each section presents a recent project along with another project from the early days of Foster's career, demonstrating the continuity of these traits in his architecture, which invariably focuses on imagining a common future. The future of work and the future of well-being both serve as pretexts to present the emblematic headquarters built for Apple in California alongside the pioneering project for Olsen on London's Docklands; or the cozy Maggie's Center for cancer patients, alongside the school in Hackney for children with special needs. Foster is as technically refined as he is willing to address modern-day needs, and both the exhibition explores both the future of construction and the future of technology by juxtaposing the titanic project for Mexico City's airport with

the Climatroffice--a visionary idea proposed by Foster along with Buckminster Fuller--and the sustainable Droneport with the geodesic simplicity of Foster's autonomous house. The exhibition "Norman Foster: Common Futures" will remain open to the public on the third floor of Espacio Fundación Telefónica from October 6, 2017 through February 4, 2018.

On these lines, the iconic headquarters built for Apple in California. / **ESP.** Sobre estas líneas, la emblemática sede construida para Apple en California.

SPACE

Lunar Habitation is among the London architect's key projects and dreams: a lunar base designed to support human life on the Earth's satellite.



ESP. Desde sus primeras obras, hace más de medio siglo, la arquitectura de Norman Foster ha procurado utilizar el conocimiento técnico para prefigurar el futuro y para superar barreras físicas o sociales. Inspirándose tanto en las construcciones históricas como en los avances científicos, sus proyectos reconcilian tradición y modernidad, inteligencia urbana y capacidad transformadora, excelencia estética e innovación tecnológica. La exposición 'Norman Foster. Futuros comunes', que acoge la Fundación Telefónica en Madrid tiene como objetivo acercar la obra del arquitecto y su visión del futuro a un público amplio, al mismo tiempo que mostrar sus fuentes de inspiración. La muestra se centra en las continuidades en el trabajo de Foster y confirma cómo el futuro y el pasado pueden inspirar el presente. Además, a través de doce secciones expositivas se repasan las ideas de Norman Foster sobre diferentes temas de interés social, siguiendo un itinerario que comienza con la reflexión sobre el pasado y termina con el futuro pasando por la cultura, el trabajo, el bienestar o la sostenibilidad. Cada sección presenta un proyecto reciente junto a otro de su primera etapa, evidenciando la continuidad de estos rasgos en su arquitectura, orientada siempre a la prefiguración de un futuro común. Tanto el futuro del trabajo como el futuro del bienestar dan lugar a mostrar en paralelo la emblemática sede construida para Apple en California con el pionero proyecto para Olsen en los muelles de Londres, y el acogedor Maggie's Centre para pacientes oncológicos con la escuela de



LUNAR HABITATION
Una de las referencias y sueños del arquitecto, un refugio lunar concebido para albergar vida humana en el satélite.

LA LUNA / THE MOON

In Norman Foster's own words, this exhibition is, "a look at the future, but without neglecting to look at the distant past, a vision that offers us continuity. It shows the other side of the projects that motivate me."

En palabras del propio Norman Foster, esta exposición "es una mirada al futuro, pero sin dejar de mirar al pasado remoto, una visión que nos da continuidad. Muestra el otro lado de los proyectos que me motivan".



Hackney para niños que necesitan cuidados especiales. En Foster, la voluntad de atender a las necesidades contemporáneas se une al refinamiento técnico, y tanto el futuro de la construcción como el de la tecnología se exploran vinculando el titánico proyecto para el aeropuerto de México con el Climatofice -la visionaria propuesta que realizó con Buckminster Fuller- y el sostenible Droneport con la elementalidad geodésica de su Casa autónoma. La exposición 'Norman Foster. Futuros comunes' podrá visitarse en la tercera planta del Espacio Fundación Telefónica, del 6 de octubre de 2017 hasta el 4 de febrero de 2018.

Books

A mystical reader

MAVI IGLESIAS, CREATIVE EDITOR OF THE MARKETING DEPARTMENT, UNVEILS HER FAVORITE BOOKS. // MAVI IGLESIAS, REDACTORA CREATIVA DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING, NOS DEVELA SUS LIBROS FAVORITOS.

by **MARTÍN ULLOA**

Una lectora mística

Mavi wants a book that has rhythm, ingenuity, honesty and that makes her smile. // Mavi le pide a un libro que tenga ritmo, ingenio, que sea honesto y que le haga sonreír.

Do you remember your earliest readings? No doubt one of my favorite books as a child was a collection of *Mafalda* comics by Quino, I really identified with the character and it's timeless, I still enjoy it today. I also recall the first time I bought myself a book: *Amor*, by Leo Buscaglia.

What is your favorite literary genre? That's a tough question. I really enjoy reading essays, novels and short stories. In fact, I'm really fascinated by this last genre, but I can't choose just one. I alternate them.

What book are you reading at the moment? I'm reading Steven Pinker's *The Better Angels of Our Nature*, which is about how violence has declined throughout the history of humanity, and also Michel Onfray's *A Hedonist Manifesto: The Power to Exist*. Interestingly, I had just finished reading Isaac Asimov's *Foundation* series. It's almost as if each book were replying to the previous one, the contrast is striking.

What book would you take to a desert island? A book on astronomy so I can make the most of starry nights. Or a blank book: I can't think of a better context for writing, I always wish I had more free time without all these distractions.

What author would you invite to dinner? Cortázar. He is the perfect combination of philosophical depth, absurd humor and aesthetic sensibility. Or Simone de Beauvoir, just imagining it makes me lose my appetite...



© Alex Soto

ESP. ¿Recuerda sus primeras lecturas? Sin duda uno de los libros preferidos de mi infancia fue la colección de *Mafalda* de Quino. Me identifiqué mucho con el personaje y es atemporal, lo sigo disfrutando. También recuerdo la primera vez me compré un libro: *Amor*, de Leo Buscaglia.

¿Cuál es su género literario favorito? Es una pregunta difícil. Disfruto mucho del ensayo, de la novela y de los formatos breves como el cuento. Este último género me apasiona en realidad y, sin embargo, no puedo elegir. Voy intercalando.

¿Qué libro está leyendo en estos momentos? *Los ángeles que llevamos dentro*, de Steven Pinker, que habla sobre el declive de la violencia en la historia de la humanidad, y *La fuerza de existir: El manifiesto hedonista*, de Michel Onfray. Curiosamente, venía de leer la trilogía de *Fundación* de Isaac Asimov. Como si cada libro le respondiera al anterior, son puro contraste.

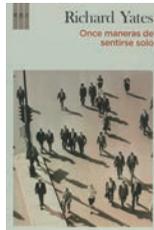
¿Qué libro se llevaría a una isla desierta? Alguno de astronomía, para aprovechar las noches estrelladas. O uno en blanco: no se me ocurre mejor contexto para escribir. Siempre añoro el tiempo libre lejos de tantas distracciones.

¿A qué autor invitaría a cenar? A Cortázar. Tiene la combinación perfecta de profundidad filosófica, humor absurdo y sensibilidad estética. O a Simone de Beauvoir, de solo imaginarlo pierdo el apetito...

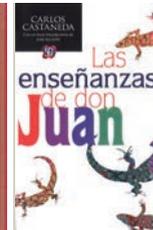
6 BOOKS

THAT HAVE MARKED YOUR LIFE IN SOME WAY OR OTHER.
/ **ESP.** Seis libros que han marcado su vida de una manera u otra.

1



4



2

3

5

6

1 Once maneras de sentirse solo

Richard Yates

It's a must-read book of short stories. I love the way he presents each story, his subtle perceptions about everyday life and his humorous way of revealing just how disenchanting some people are with their lifestyle.

Es un libro de cuentos cortos imperdible. Me encanta la manera en que presenta cada historia, la sutileza que tiene para percibir la cotidianidad y el humor con que evidencia el estilo de vida y la falta de encanto que tienen algunas personas.

2 Flappers y filósofos

Francis Scott Fitzgerald was one of Yates's models, and it shows. This book of short stories written in 1920 immortalizes the society of the time and is so fresh and sensitive that the problems the characters encounter are very contemporary.

Fitzgerald es un referente de Yates y se nota. En este libro de relatos publicado en 1920 inmortaliza a la sociedad de la época con tanta frescura y sensibilidad, que la problemática de los personajes es muy contemporánea.

3 Rayuela

Julio Cortázar

Just the fact that the author suggests that this novel should be read in two different ways (once in sequential order and then in the sequence indicated, alternating different chapters) makes it guaranteed fun. The novel is inspired in his bohemian life between Paris and Buenos Aires.

Partiendo de que es una novela que el autor propone leer de dos maneras diferentes (una que sigue el orden secuencial y otra que él indica alternando los capítulos) es diversión asegurada. Está inspirada en su vida bohemia entre París y Buenos Aires.

4 Magos y místicos del Tíbet

Alexandra David Neel

Not only was she the first woman to visit the sacred village of Lhasa, she also took on the mission of compiling the knowledge acquired during her journey of over 10 years exploring Tibetan Buddhism, its beliefs and powers.

No solo fue la primera mujer en entrar en el pueblo sagrado de Lhasa, sino que asumió la misión de recopilar el conocimiento que adquirió durante su viaje de más de 10 años adentrándose en el budismo tibetano, sus creencias y poderes.

5 El libro tibetano de la vida y la muerte

Sogyal Rimpoché

I'll continue with the Buddhist theme because I think it's essential to understand how other cultures see life and make sense of it. Their experience of this transition is very different from ours, and I found this vision very enriching.

Continúo con la temática budista ya que considero fundamental entender cómo otras culturas perciben y manifiestan el sentido de la existencia. Ellos viven esta transición de manera muy diferente, y su visión me ha aportado mucho.

6 Las enseñanzas de Don Juan

Carlos Castaneda

Since I've gone from the intellectual to the mystical, it's only fair to end with a book that combines both themes. It is the beginning of a journey of self-knowledge that is full of obstacles and very enriching, whether or not it actually happened. In fact, what it does is question reality.

Ya que he pasado de lo intelectual a lo místico, me parece justo acabar con un libro que reúne ambas temáticas. Es el inicio de un camino de autoconocimiento repleto de obstáculos e inmensamente enriquecedor, sea verídico o no. Justamente, cuestiona la realidad.

Designer Ray Eames
dreams next to his objects
in his ofce in 1953. //
ESP. Ray Eames sueña
en su ocina en 1953
junto a sus objetos.



Design



On the right, the Eames Storage Unit and the EC127 Two-Piece Plastic Chair. / **ESP.** A la derecha, la Eames Storage Unit y la silla EC127 Two-Piece Plastic Chair.



The Eames. The Power of Design

by **MARTÍN ULLOA**

From September 30, 2017 to February 25, 2018, the Vitra Design Museum presents a series of four parallel exhibitions under the title “An Eames Celebration,” offering an unprecedented look at the work of the legendary design duo Charles and Ray Eames. Considered among the most important designers of the 20th century, their furniture, videos, books, exhibitions and media installations influenced an entire generation of designers and left their mark on our day-to-day routines. The Eames exemplify technical perfection and a timeless aesthetic like no other name in design, and they left a lasting imprint on the buoyant start-up culture on the west coast of the U.S. The exhibition in the main building of the Vitra Design Museum offers a broad overview of

the life and works of this husband-and-wife design team. Through an ample selection of original works including videos, photographs, furniture, drawings, sculpture, painting, fabrics, graphic design, prototypes and specifications, the retrospective explores the amazing interaction between Charles and Ray Eames, which was the creative foundation for the most successful design duo in history. In addition to the four exhibitions in various areas of the Vitra Design Museum, you will also find other visions of their work, including a faithful replica of their office. The exhibitions are accompanied by a wide-ranging program of lectures, discussions and workshops offering a vision of the Eames’ ideas and their influence on design, architecture, cinematography and culture.



ILLUSTRATION LITERATURE AVAILABLE ON REQUEST, PLEASE WRITE DEPT. 540, HERMAN MILLER INC. ZEELAND, MICHIGAN

This advertisement appears in Architectural Record "Houses Issue" — May 1961



CHARLES & RAY EAMES. EL PODER DEL DISEÑO



Del 30 de septiembre del 2017 hasta el 25 de febrero del 2018, el Museo Vitra Design presenta cuatro exposiciones paralelas con el título 'An Eames Celebration', que presentan con una amplitud nunca antes conseguida la obra de la legendaria pareja de diseñadores Charles y Ray Eames. Considerados unos de los diseñadores más importantes del siglo XX, influyeron en generaciones de diseñadores y estampan su sello incluso en nuestra rutina diaria con sus muebles, sus videos, sus libros, sus exposiciones y sus instalaciones mediáticas. No hay ningún otro nombre de diseñador que caracterice tan bien la perfección técnica y la atemporalidad, así como la cultura lúdica de las start-up de la costa occidental estadounidense, que marcaron los Eames como ninguna otra. La exposición en el edificio central del Museo

Color, carefree and
freshness: Different
prototypes for Toy Masks
(1950). / **ESP.** Color,
desenfado y frescura:
diferentes prototipos para
máscaras (1950).



Vitra Design ofrece una amplia sinopsis sobre toda la obra y la vida de la pareja de diseñadores. Con una amplia selección de obras originales, entre ellas vídeos, fotografías, muebles, dibujos, esculturas, pinturas, tejidos, diseño gráfico, modelos y requisitos, la retrospectiva explica la genial interacción de los caracteres de Charles y Ray Eames, que era la base creativa del dúo de diseñadores más exitoso de la historia. A la par de las cuatro exposiciones en los diversos emplazamientos del Museo Vitra Design, se pueden ver otras visiones de su obra, como la reconstrucción fidedigna de su oficina. Las exposiciones se acompañan con un amplio programa de ponencias, discusiones y talleres, que ofrecen una visión del ideario de los Eames y su influencia en el diseño, la arquitectura, la cinematografía y la cultura.



Underside of the DAX (Dining Height Armchair X-Base) and Experimental Walking Horse.
/ **ESP.** Envés de la DAX (Dining Height Armchair X-Base) y el caballo andarín experimental.

Travel Influencers

THEIR JOB IS TO TRAVEL, TAKE THE BEST POSSIBLE PHOTOS IN LITTLE KNOWN CORNERS OF THE EARTH, AND MAKE EVERYONE GREEN WITH ENVY BY SHARING THEM. // SU TRABAJO ES VIAJAR, SACARSE LA MEJOR FOTO EN RINCONES QUE NADIE CONOCE Y COMPARTIRLA PARA MATARNOS DE ENVIDIA.

by **IRENE CRESPO**



FEED YOUR
WANDERLUST

WONDERFUL PLACES
@WONDERFUL_PLACES



Followers
9,8 MM



Nearly 10 million Instagram followers and counting. The profile inspires colorful trips and a rich historic context. From the coast of Italy to the Northern Lights of Canada. The hashtag #wonderful_places has become a paradise aggregator. **/ESP. PARA ALIMENAR TU 'WANDERLUST'**. Casi 10 millones de seguidores en Instagram y subiendo. Es el perfil que inspira viajes llenos de color y encuadres repletos de historias. De la costa italiana a las auroras de Canadá. Es un agregador de paraísos a través del hashtag #wonderful_places.

BLOGGER, TRAVELER
AND PIONEER

KATE MCCULLEY (@ADVENTUROUSKATE)



Followers
101 MIL

Adventurous Kate started her travel blog in 2001 becoming one of the first women to create an online travel business. Although she may not have the most followers, she has won a spot on Forbes' list of Top 10 travel influencers. **/ESP. BLOGUERA, VIAJERA Y PIONERA.** En 2001 empezó su blog de viajes, Adventurous Kate, y se convirtió en una de las primeras mujeres en hacer de los viajes un negocio online. Aunque no sea la que más followers acumule, se ha merecido un puesto en el top 10 de los influencers de viajes elaborado por la revista Forbes.



PACK YOUR BAG AND
CHANGE YOUR LIFE

THE BLONDE ABROAD (@THEBLONDEABROAD)



Followers
450 MIL

California native Kiersten Rich was sick of her job, so she decided to leave everything behind and travel. Now that's all she does: she lives to travel and travels for a living. Rich has nearly half a million Instagram followers and has visited almost 70 countries. How does she manage to do this? "I live with the bare necessities," she says. "I lived on 50\$ a day for almost three years." **/ESP. HAZ LA MALETA Y CAMBIA TU VIDA.** Harta de su trabajo de oficina, la californiana Kiersten Rich decidió un día dejarlo todo y empezar a viajar. Ahora es lo único que hace: vive para viajar y viaja para vivir. En Instagram casi llega al medio millón de seguidores y ha visitado casi 70 países. ¿Cómo lo ha conseguido? "Viviendo sólo con lo que necesito", dice. "Durante casi tres años viví con 50\$ al día".



DESTINATION: ICELAND

CHRIS BURKARD (@CHRISBURKARD)



Followers
2,8 M

Like most travel influencers, she started out with a blog and now Instagram is her medium of choice. Iceland is her obsession: she's visited the island 30 times and has directed a documentary called *Under an Arctic Sky* about its most remote region. **/ESP.** OBJETIVO: ISLANDIA. Como la mayoría de los travel influencers, empezó con un blog y ahora Instagram es su medio preferido. Islandia es su obsesión, ha estado 30 veces en la isla y ha dirigido un documental sobre su rincón más desconocido, *Under An Arctic Sky*.

YES, I DO...I WANT TO TRAVEL WITH YOU FOREVER

MURAD Y NATALY OSMANN (@MURADOSMANN @NATALYOSMANN)



Nataly Followers **1 M**
Murad Followers **4,6 M**

They're the ones who invented the photo of a woman with her back turned guiding a man behind her by the hand. This couple from Moscow took their first photo in Barcelona and it went viral so fast that they ended up creating the #FollowMeTo hashtag and movement, which has grown to become a successful company and has allowed them to travel to exotic places all over the world wearing haute couture. **/ESP.** SÍ, QUIERO... VIAJAR SIEMPRE CONTIGO. Inventaron esa foto de una mujer de espaldas guiando a un hombre de la mano. Esta pareja de moscovitas se hicieron la primera en Barcelona y fue tan viral que acabaron creando el hashtag y movimiento #FollowMeTo, hoy una empresa de éxito que les lleva por el mundo a lugares exóticos con ropa de alta costura.



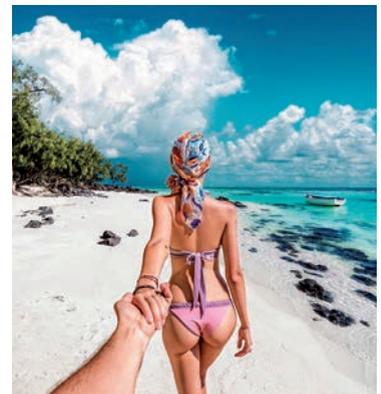
THE RESPONSIBLE ADVENTURER

LOUIS COLE (@FUNFORLOUIS)



Followers
1,5 M

The only British man on Forbes' list of Top 10 travel influencers is, above all, a vlogger. In his videos and Instagram photos, he shares both dream moments and all those ridiculous anecdotes and terrible situations you encounter when you travel. He is currently busy preparing a documentary that will take him around the world to capture its diversity. His adventures feature both landscapes and people. **/ESP.** EL AVENTURERO RESPONSABLE. El único británico del top 10 de travel influencers de Forbes es, ante todo, vlogger. En sus videos y fotos de Instagram no sólo comparte momentos de ensueño, también todas esas anécdotas ridículas o situaciones terribles que puedes encontrar de viaje. Ahora está inmerso en un documental que le lleva por el mundo para captar su diversidad. En sus aventuras no sólo hay paisajes, también personas.





Wood headphones lined with Ethiopian goat's skin. / **ESP.** Auriculares en madera y piel de oveja etíope.

by **CARLOS RISCO**

AKG Q701 Quincy Jones

www.akg.com 315 €

The perfect balance between an excellent product and quality acoustics at a reasonable price.

—
ESP. El balance perfecto entre un producto de excelente calidad acústica a un precio contenido.

Ready-to-Wear melodies

These new designer headphones combine looks, ergonomics and luxury. Conceived as fashion accessories, the manufacturers have simplified designs and colors for these allies of digital urban life.

—
ESP. Estética, ergonomía y lujo se dan cita en los nuevos diseños de auriculares. Como un complemento de moda, los fabricantes depuran líneas y colores para estos aliados de la vida digital urbana.



Urbanears Plattan

www.urbanears.com 59 €

Colorful and flexible, they offer good sound quality at an even better price, with a very impressive look.

—
ESP. Coloridos y flexibles, demuestran buena calidad sónica a mejor precio, con una estética imponente.

Bang & Olufsen Form 2

www.bang-olufsen.com 112 €

These revival headphones combine Scandinavian design with cutting-edge technology.

—
ESP. Diseño escandinavo y alta tecnología para unos auriculares revivalistas.



Marshall Major

www.marshallheadphones.com 99 €

The British manufacturer of these legendary amplifiers presents a veritable rock icon for users' everyday soundtrack.

—
ESP. El fabricante británico de los legendarios amplificadores presenta todo un icono del rock para la banda sonora cotidiana del usuario.

ADDICTED TO...

WORLD'S BEST DJ'S · LUXURY SUITES · VIP SERVICE · VIP TABLES · USHUAÏA IBIZA BEACH CLUB · MONTAUK STEAKHOUSE
MINAMI JAPANESE RESTAURANT · SIR ROCCO BEACH CLUB BY USHUAÏA · UP IBIZA SKY SOCIETY · THE OYSTER & CAVIAR BAR
THE UNEXPECTED BREAKFAST · CONFERENCE ROOMS · USHUAÏA FASHION COLLECTION
RECORDING STUDIO · XPA · BEAUTY CENTER



THE CLUB



THE TOWER

Call Center Europe: +34 971 928 193
Playa d'en Bossa 10 · 07817 Ibiza

USHUAIABEACHHOTEL.COM



USHUAÏA
IBIZA BEACH HOTEL

Biofotonic and skin

by **DOCTOR TOMÁS**

What is biophotonic therapy?

It's a new skin care treatment that is completely unlike any other therapy used to date. It's based on the principle of photosynthesis in plants. Only in this case fluorescent light is used to stimulate the skin's own regeneration and healing mechanisms.

What does this new treatment consist of?

We apply a mask on the face, neck and cleavage or hands with a fluorescent substance that is then activated using a blue LED lamp. When activated, the mask emits a fluorescent light that penetrates every skin layer and stimulates collagen renewal, increasing collagen production up to 400% compared to normal regeneration.

The light is beneficial, the mask does not emit any sort of harmful UV light. What results can we expect?

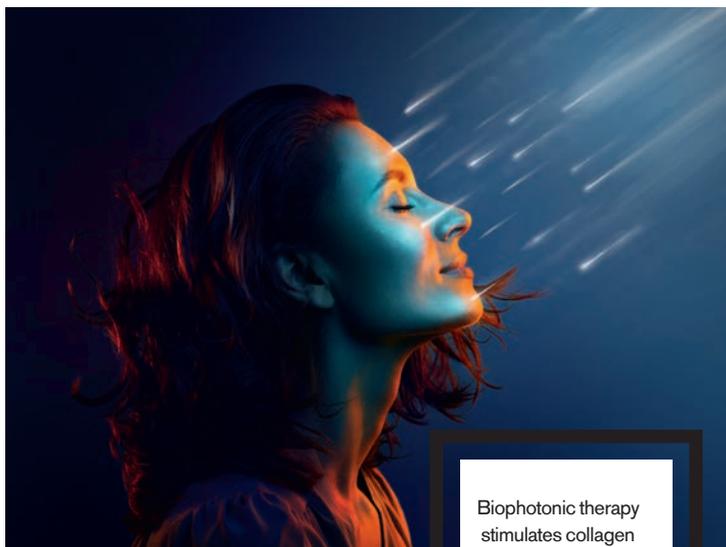
Aside from a notable increase in dermal collagen healing and production, the treatment reduces pore size, eliminates fine lines and improves wrinkles. It has antiseptic-antibiotic properties, it improves skin tone and luminosity, and it helps heal and notably improve scars.

And what about side effects?

There are barely any side effects and they're minimal and temporary: just a little redness and inflammation that quickly disappears. Each treatment session lasts 9 minutes and all the patient feels is a light, pleasant and warm tingly sensation. Also, the treatment can be applied at any time of year unlike many other techniques; we can safely and efficiently use it all through the summer.

So what are our conclusions?

Kleresca, as the treatment is called, is efficient, safe and harmless. The mask is inert and is not absorbed by the skin: the skin only absorbs the healing fluorescent light. The sessions are brief and pleasant, and the patient can go about their normal day-to-day activities once they're done. We usually schedule several sessions, 4, 8 or 12 and generally once a week, depending on whether the objective is photo-rejuvenation or improving acne or scars. •



Biophotonic therapy stimulates collagen renewal. / **ESP.** La terapia biofotónica renueva el colágeno.

ESP. BIOFOTÓNICA Y PIEL.

¿Qué es la terapia biofotónica?

Una nueva técnica de tratamiento dermatológico totalmente distinta a las terapias utilizadas hasta el momento, basada en el principio de la fotosíntesis de las plantas y en este caso haciendo que la luz fluorescente provoque mecanismos de regeneración y reparación en nuestra piel.

¿En qué consiste este nuevo tratamiento?

En cara, cuello-escote o manos, aplicamos una máscara con una sustancia fluorescente que activamos con una lámpara led azul. Así la máscara emite luz fluorescente que se lanza a la piel, impactando sobre todas sus capas y provocando una renovación del colágeno, aumentando su producción en un 400% con respecto a su regeneración normal. Luz beneficiosa, y la máscara no emite ningún tipo de luz UV dañina.

¿Qué resultados debemos esperar?

Además del notable aumento en la reparación y producción del colágeno dérmico, este tratamiento reduce el tamaño de los poros; elimina las arrugas finas y mejora las gruesas; tiene una función antiséptica-antibiótica; mejora el tono y la luminosidad de la piel y repara y mejora notablemente las cicatrices.

¿Y efectos secundarios?

Apenas tiene efectos secundarios y son mínimos y pasajeros: apenas y muy leve enrojecimiento e inflamación, que desaparecen muy rápido. La sesión de tratamiento dura nueve minutos y el paciente nota una leve y agradable sensación de calor y hormigueo. Además, el tratamiento se puede realizar en cualquier momento del año: al contrario que muchas otras técnicas lo utilizamos en pleno verano con total seguridad y eficacia.

¿Qué conclusiones tenemos por fin?

Kleresca, así se llama, es un tratamiento eficaz, seguro e inofensivo. La máscara es inerte y no se absorbe: lo único que introduce en la piel es luz fluorescente, reparadora. Las sesiones son cortas, agradables y al acabar la persona continúa con su actividad normal. Dependiendo del objetivo de fotorrejuvenecimiento o de acné y cicatrices realizamos varias sesiones, normalmente 4, 8 ó 12 y en general una por semana. •

TENERIFE,
YOUR SUMMER AMPLIFIED

JUNTOS, TODO SUENA MEJOR



Restaurantes a la carta de primera calidad, bares y piscinas que son un espectáculo. Clubs infantiles con fabulosas actividades y shows en vivo para todas las edades. Servicios de spa únicos e instalaciones de última tecnología. Hard Rock Hotel Tenerife es una parada inevitable en tu gira familiar por el mundo. Haz que el próximo viaje sea un hit.

QUÉDATE
CON NOSOTROS

HRHTENERIFE.COM · [+34] 971 927 691

TENERIFE AV. ADEJE 300, S/N, 38678, PLAYA PARAÍSO, COSTA ADEJE



TENERIFE

SENSITIVELY SKIN

When you go on vacation these days, it's not just to explore new places. In today's fast-paced world, more than anything, we need to give our minds time to unwind. And why not also take this time to look after your external appearance? Pamper yourself with health and beauty treatments during your stay.

PIEL SENSIBLE. El objetivo de las vacaciones hoy no es solo conocer sitios nuevos. En este mundo acelerado en el que vivimos las necesitamos, sobre todo, para desconectar nuestra mente. ¿Y por qué no aprovechar para cuidar también el exterior? Aprovecha tu estancia para darte un baño de belleza y salud.

by **IRENE CRESPO**



LIGHT UP. Sothys was the name the ancient Egyptians gave to the brightest star in the sky. Based on this myth, this Parisian brand seeks to bring out the natural glow of healthy skin through a range of products designed especially for each skin type. **/ESP.** ILUMÍNATE. Sothys era el nombre que los antiguos egipcios daban a la estrella más brillante. Siguiendo esa mitología, esta marca parisina busca el brillo y la naturalidad de las pieles bien cuidadas a través de su gama de productos específicos para cada tipo de piel.

PEVONIA LUMAFIRM AT ZENTROPIA PALLADIUM SPA & WELLNESS

It's the ultimate treatment to help smooth lines and reduce wrinkles, leaving skin feeling more elastic, more hydrated and improving skin tone. Zentropia Spa & Wellness offers two stem cell treatments (facial and whole-body) to help you achieve amazing results. **/ESP.** El tratamiento definitivo para atenuar y reducir las arrugas, reforzar la elasticidad, aumentar la hidratación y unificar el tono de la piel. En Zentropia Spa & Wellness se realizan dos servicios con células madre (facial y corporal) para conseguir resultados sorprendentes.



PROVEN BEAUTY. For the past half century, this familiar German brand has been researching natural active ingredients that have turned the fantasy of perfect skin into a science with impressive results. **/ESP.** BELLEZA PROBADA. Esta marca familiar alemana lleva más de medio siglo investigando los ingredientes naturales activos que hacen de la fantasía de una piel perfecta, una ciencia con resultados impresionantes.





Zentropia Spa & Wellness, an illuminated paradise for your skin. // Zentropia Spa & Wellness, paraísos iluminados para la piel.



GREEN POWER.

The power of lemon, rhubarb and oils from avocado and green leafy vegetables like kale are perfect to help any skin type eliminate impurities. / **ESP.** GREEN POWER. La fuerza del limón, el ruibarbo, los aceites de aguacate y hojas verdes como la kale son perfectos para eliminar imperfecciones en cualquier tipo de piel.



NATURAL GLOW.

Keep your lips hydrated with the natural ingredients in these petroleum-free lip balms. / **ESP.** BRILLO NATURAL. Unos labios hidratados siempre gracias a los ingredientes naturales de estos bálsamos sin rastros de petróleo.



WINNING PRODUCT.

This concentrate made of tea leaf oil helps reduce the signs of aging and it has a perfect, light, texture. Unisex. / **ESP.** PRODUCTO GANADOR. Este concentrado a base de aceite de hojas de té reduce los signos del envejecimiento y tiene la textura ligera perfecta. Unisex.



BRONZE.

Powder sunscreen is experiencing a boom. It's easier to apply and provides a touch of extra color while you work on your tan. / **ESP.** BRONCE. El protector solar en polvo está en auge. Su aplicación es más fácil y aporta ese punto de color extra hasta broncearnos.



HEALING.

The rosehip, lavender and St. John's Wort in this serum have an immediate healing effect on sensitive skin. / **ESP.** CURATIVO. La rosa mosqueta, la lavanda y la hierba de San Juan de este serum tienen un efecto sanador inmediato para pieles sensibles.

THE LA MALETA SUITCASE

by IRENE CRESPO

GIRLS



1. Le petit sac

Bolso // Bolso

www.lipault.es / €79

Its light-weight, timeless design has made Lady Plume Bucket Bag a best-seller. // Ligeroy y de diseño atemporal: por eso el Lady Plume Bucket Bag es un superventas.

2. Over the top

Boina // Boina

www.zara.com / €15,95

It has become the accessory of the year, no matter what the weather. París inspires us. And Parisian women even more so. // El accesorio del año, haga frío o calor. París inspira. Y las parisinas, más.

3. Velvet vintage

Chanclas // Chanclas

www.stories.com / €65

Adidas created them in 1972, now they've been reinvented in velvet. Only for the brave? // Adidas las creó en 1972 y hoy las reinventa en terciopelo. ¿Sólo para valientes?

4. Like Audrey, like me

Gafas de sol // Gafas de sol

www.etniabarcelona.com / €199

The new Barcelona-based brand has a model for every person and every moment. // La nueva marca barcelonesa tiene un modelo para cada persona y cada momento.

5. Eternal polka dot

Vestido // Vestido

www.stories.com / €49

Polka dots never go out of style. This is one of those garments you'll want to keep forever. // Los lunares nunca pasarán de moda. Es una de esas prendas para guardar siempre.

6. California vibes

Sudadera // Sudadera

www.uniqlo.com / €19,9

An exclusive design created for the Japanese firm by artists Dave Allee and Robyn Forest. // Diseño exclusivo de los artistas Dave Allee y Robyn Forest para la firma japonesa.

The vintage aesthetic still dominates women's and men's wardrobes alike. When it comes to travel, comfort is our first commandment. Whatever the destination. And? Don't stay far from fashion trends.

La estética vintage sigue inundando armarios de mujeres y hombres. La comodidad es nuestro primer mandamiento a la hora de viajar. Da igual el destino. ¿El segundo? No alejarse de las tendencias.



1. Arty look

Gafas de sol // Gafas de sol
www.etniabarcelona.com / €229

Special edition inspired by the man who inspired Andy Warhol: Jean-Michel Basquiat. // Edición especial inspirada en quien inspiró a Andy Warhol: Jean Michel Basquiat.

2. Just do it...again!

Deportiva // Deportiva
www.store.nike.com / €85

And this year's vintage trainer revival is: Nike Classic Cortez! // Y las deportivas vintage que viven este año su revival son: ilas Nike Classic Cortez!

3. Feel the summer!

Bermuda Denim // Bermuda Denim
www.zara.com / €19,95

A suitcase staple for any occasion: beach outings, field trips to the mountain or city tours. // El básico de toda maleta: para la playa, para excursionistas de montaña o para turistas de ciudad.

4. Renew and refresh

Polo // Polo
www.lacoste.es / €100

Lacoste is experiencing a rebirth, and, today, its classic polo shirts have become trendy. // La marca Lacoste vive un renacimiento, y sus polos clásicos son hoy modernos.

5. Light and warm

Chaleco // Chaleco
www.uniqlo.com / €49,9

Uniqlo's best seller. To wear as a single coat or as another layer. // El superventas de Uniqlo. Para llevar como único abrigo o como otra capa más.

6. It's nostalgia time

Reloj Casio Collection
www.casio.com / €64

Stainless steel, LED light and a retro aesthetic. A wistful clock for the future. // Acero inoxidable, luz led y estética retro. Un reloj nostálgico para el futuro.

BY
IRENE CRESPO
photo by Sebastian Kim

PE

TRAVEL TO THE MOON // VIAJE A LA LUNA

WITH MURDER ON THE ORIENT EXPRESS, THE SERIES AMERICAN CRIME STORY, AND HER ON-SCREEN REUNION WITH BARDEM, LOVING PABLO, ALL ABOUT TO PREMIERE, THE ACTRESS IS EXPERIENCING ONE OF THE BEST MOMENTS IN HER UNSTOPPABLE CAREER. // ESP. A PUNTO DE ESTRENAR 'ASESINATO EN EL ORIENT EXPRESS', LA SERIE 'AMERICAN CRIME STORY' Y 'LOVING PABLO', SU REENCUENTRO EN PANTALLA CON BARDEM, LA ACTRIZ VIVE UNO DE LOS MEJORES MOMENTOS DE UNA CARRERA IMPARABLE.



Over two decades after the torrid Iberian debut of *Jamón*, Penélope Cruz (Alcobendas, Madrid, 1974) is still seeing things come full circle and making dreams come true. Circles she didn't even realize were incomplete, and dreams she didn't even know she could have. Like when she won an Oscar in 2009 for her role in Woody Allen's *Vicky Cristina Barcelona*. "[As a child] no one around me had a



job that had anything to do with art, music or anything like that. My dream was a lot more humble. It was: 'When I grow up, I want to be independent and have a job that I like. I'll become a dancer or an actress.' My dream was simply to be able to make a living doing that. If someone had shown me a picture of myself with an Oscar back then, it would've been as if they were telling me I'd end up going to the moon."

But Penélope Cruz has gone to the moon. She's walked on it. She's left her mark and become a star. And she's gone beyond it, stopping by other planets, other worlds, other universes on her way that she has yet to explore. Over two decades after her debut, this year, the actress is back full of energy and passion for her profession, curiosity about human nature and eagerness to learn about new characters.

The past year has been one of the actress' most active. She started off repeating the role of Macarena Granada, the girl of her dreams, in *The Queen of Spain*, and next December she'll play Pilar Estravados, a Spanish missionary in the new adaptation of Agatha Christie's *Murder on the Orient Express* with fellow cast-members Judi Dench, Johnny Depp, Michelle Pfeiffer and Kenneth Branagh, who is also the film's director. In between, Cruz shot *Loving Pablo*, a biopic about Pablo Escobar where she was reunited on-screen with her husband Javier Bardem for the first time since the two became a couple; and she also played a mournful Donatella Versace in the series

ás de dos décadas después del tórrido e ibérico debut en *Jamón*, Penélope Cruz (Alcobendas, Madrid, 1974) sigue cerrando círculos y cumpliendo sueños. Círculos que no sabía ni que había abierto, y sueños que no sabía ni que podía tener. Como cuando ganó el Oscar en 2009 por su papel en la película de Woody Allen, *Vicky Cristina Barcelona*. "[En mi infancia] nadie a mi alrededor tenía

un trabajo relacionado con arte, música, ni nada parecido. Mi sueño era mucho más humilde. Era: 'Quiero ser independiente cuando sea mayor, tener un trabajo que me guste. Seré bailarina o actriz'. Simplemente ser capaz de vivir de ello, era mi sueño. Si alguien entonces me hubiera enseñado una foto de mí con un Oscar, habría sido como si me dijeran que en algún momento iría a la luna".

Pero Penélope Cruz ha ido a la luna. Ha puesto los pies en ella. Ha dejado su huella y su estrella. Y ha continuado su camino para pisar otros planetas, otros mundos, otros universos que ni siquiera aún conoce. Más de dos décadas después de su debut, este año vuelve una actriz llena aún de energía y pasión por su profesión, de curiosidad por el carácter humano, de ganas de conocer nuevos personajes.

El último año ha sido uno de los más activos de la actriz. Desde que volviera a meterse en la piel de Macarena Granada, la niña de sus ojos, en *'La reina de España'*, hasta el próximo mes de diciembre en el que interpretará a Pilar Estravados, una misionaria española en la nueva adaptación del clásico de Agatha Christie, *'Asesinato en el Orient Express'*, en el que comparte cartel con Judi Dench, Johnny Depp, Michelle Pfeiffer o Kenneth Branagh, que también dirige. Entre ambas ha rodado *'Loving Pablo'*, el biopic sobre Pablo Escobar, que la reúne en pantalla, por primera vez desde que son pareja, con su marido, Javier Bardem;



that promises to become the big event of 2018: *The Assassination of Gianni Versace: American Crime Story*. And, furthermore, in between promoting all these titles, back in Madrid she and Bardem are also shooting another film along with Ricardo Darín, under orders from one of the most prestigious directors in the world, Iranian filmmaker Asghar Farhadi.

“Of all my friends, I think you love acting the most,” her friend Gwyneth Paltrow recently told Penélope in an interview. “When you talk about something you’re doing, when you’re preparing for something, you have this enthusiasm and this passion that... has never waned.” To which Cruz replies that it helps that her ego “has gotten smaller over time.” “I used to be so afraid about what people were going to think of me, if I was going to be accepted, if I was going to be loved. I put a lot of energy into how I was perceived,” Penélope explained. But everything changed the moment she had her first child Leo in 2011. “When I became a mother...something very deep changed in me, where I really don’t care about a lot of stuff I used to care about before. That’s part of growing up, and now I have to go through other tests that life will put in front of me. I have new fears now.”

y se ha transformado en una Donatella Versace de luto en la serie que está llamada a ser el gran acontecimiento de 2018: *The Assassination of Gianni Versace: American Crime Story*. Y, además, entre promociones de todos estos títulos, está rodando en Madrid de nuevo con Bardem, también con Ricardo Darín, a las órdenes de unos de los directores más respetados del mundo, el iraní Asghar Farhadi. “De todas mis amigas, creo que tú eres la que más ama la interpretación”, le dice su amiga Gwyneth Paltrow en una entrevista reciente. “Cuando hablas de algo que estás haciendo, cuando te estás preparando para algo, tienes ese entusiasmo y esa pasión que nunca ha menguado”. A lo que Cruz contesta que le ha ayudado que su ego se haya hecho “más pequeño con el tiempo”. “Solía tener mucho miedo de lo que la gente fuera a pensar de mí, de si iba a ser aceptada, de si les iba a gustar. Ponía mucha energía en la percepción que se tenía de mí”, le explica Penélope. Pero todo cambió en el momento en que tuvo su primer hijo, Leo, en 2011. “Cuando me convertí en madre algo muy profundo cambió en mí. Ahora hay muchas cosas que antes me importaban y ya no me importan.

Below, actress Penelope Cruz in the new adaptation of Agatha Christie’s classic, *Murder on the Orient Express*. // Abajo, la actriz Penélope Cruz en la nueva adaptación del clásico de Agatha Christie *‘Asesinato en el Orient Express’*.



And so another cycle comes full circle. The freedom of maturity, of losing her ego, her fear of what other's might say, has helped Penélope Cruz reconnect with the four year old child who happily attended ballet class where, as she danced without realizing it, she was already thinking about becoming an actress, asking her teacher if she could play Carmen. "The reason I liked dancing was because it was just another form of acting," she recalls. She used to dance to get, "in the skin of other characters and [explore] the beauty of human behavior." Just as she is still doing now. "I get so much happiness from being a student again, from exploring. Whatever happens with the result, if I've had that process, I feel like it has been something good, that it has taught me something new. If I'm 80 and I have a new character in my hands and a new story to tell, I'm going to feel that same healthy fear. It's like food for me."

She went from dancing to acting thanks to a device, the Betamax, that seems almost prehistoric today. Her father brought one home one day when Penélope, the eldest of three siblings including Mónica and Eduardo, was 13 years old. They were one of the first families in the neighborhood to own one. Until then, Penélope had spent most afternoons after school at her mother's beauty salon in Alcobendas, pretending to do homework while she watched the women enjoy a moment's relaxation as they got their hair done. That was her "first acting school" and also her Plan B: she can cut hair, style it and even wax, as her friend Salma Hayek well knows.

But let's rewind to the Betamax. "That machine completely changed my life," she has often acknowledged. She stopped going to her mother's beauty salon, stopped going to the park with her friends in the afternoons, and began renting two or three movies a day and spending hours in front of the television. "There wasn't a movie theater close enough that I could walk to and we didn't have a car, but I studied film at home. I discovered Billy Wilder, Marilyn, Sophia Loren, Pasolini..."

And, the following year, she discovered the director and the film that ultimately determined her future: Pedro Almodóvar and his *Tie Me Up, Tie Me Down*. When Penélope finished watching the film, she was in shock. She went for a walk and decided: "I'm going to get an agent because I want to meet this man one day and thank him and I'd love to work with him."

All was said and done. She found an agent and lied about her age, claiming to be 17, even though she was only 15. The agent, Katrina Bayonas, still works with Cruz to this day; she rejected Penélope twice because she said she was too young. But Cruz insisted, and her third test before the camera did it.

Eso forma parte de madurar, y ahora tengo que pasar por otras pruebas que la vida me pone delante. Tengo nuevos miedos".

Y así ha cerrado otro círculo. La liberación de la madurez, la pérdida del ego, del miedo al qué dirán, la ha conectado con la Penélope Cruz niña de cuatro años que iba feliz a sus clases de ballet, cuando sin darse cuenta, mientras bailaba, ya pensaba en ser actriz, porque le pedía a la profesora ser Carmen. "Me gustaba bailar porque era otra forma de interpretación", recuerda. Bailaba para meterse "en la piel de otros personajes, explorando la belleza del comportamiento humano". Como sigue haciendo ahora.

"Soy tan feliz estudiando otra vez, explorando. Sea cual sea el resultado, si he pasado por ese proceso, siento que ha sido algo bueno y que me ha enseñado algo nuevo. Cuando tenga 80 años y un nuevo personaje en mis manos y una nueva historia que contar, voy a sentir el mismo miedo saludable. Es como alimento para mí".

Del baile pasó a la interpretación gracias a un aparato que hoy parece prehistórico, el Betamax. Su padre lo llevó a casa cuando ella, la mayor de dos hermanos, Mónica y Eduardo, tenía 13 años. Eran la primera familia del barrio en tenerlo. Hasta ese momento pasaba muchas tardes

después del colegio en la peluquería de su madre en Alcobendas, fingiendo que hacía los deberes, observaba a las mujeres disfrutar de ese rato de desahogo mientras se arreglaban el pelo. Aquello fue su "primera escuela de interpretación" y también un plan B: puede cortar el pelo, peinar y hasta hacer la cera, como bien sabe su amiga Salma Hayek. Pero rebobinemos al Betamax. "Esa máquina cambió completamente mi vida", ha reconocido muchas veces. Dejó de ir al salón de belleza de su madre, dejó de ir al parque con sus amigos por las tardes, se alquilaba dos o tres películas y se sentaba durante horas delante de la televisión. "No teníamos un cine lo bastante cerca como para que pudiera ir andando, y no teníamos coche, pero estudiaba cine en casa. Descubrí a Billy Wilder, Marilyn, Sophia Loren, Pasolini..."

Y al año siguiente descubrió al director y la película con los que decidiría su futuro definitivamente: 'Átame', de Pedro Almodóvar. Cuando terminó de verla, bajo el shock, salió de casa, dio un paseo y se dijo a sí misma: "Voy a buscar un agente [de representación] porque un día quiero conocer a este hombre y quiero darle las gracias y me encantaría trabajar con él".

Dicho y hecho, buscó una agente, la mintió y le dijo que tenía 17 años, cuando aún tenía 15. La agente era Kat-

"I used to be so afraid about what people were going to think of me" // "Solía tener mucho miedo de lo que la gente fuera a pensar de mí"



The actress at the Oscar ceremony nominated for 'Vicky, Cristina, Barcelona'. // La actriz en la ceremonia de los Oscar nominada por 'Vicky, Cristina, Barcelona'.

Together with the director Pedro Almodóvar. She has become one of his indisputable muses. // Junto al director manchego Pedro Almodóvar, de quien se ha convertido en una de sus musas indiscutibles.

The actress by the hand of her husband Javier Bardem, in one of the editions of the Cannes Film Festival. // La actriz de la mano de su marido Javier Bardem, en una de las ediciones del Festival de Cine de Cannes.

A frame of Nine, the musical directed by Guido Contini who shot alongside Nicole Kidman and Marion Cotillard. // Un fotograma de 'Nine', el musical dirigido por Guido Contini que rodó junto a Nicole Kidman y Marion Cotillard.



She soon started getting auditions. She had gone on her very first audition aged 14 when she was asked to play Ingrid Bergman sitting by the piano in Casablanca. Now another cycle had come full circle. In *Murder on the Orient Express*, Penélope Cruz plays a character made famous by Ingrid Bergman, a missionary woman on a train full of suspects -- although Cruz adds a Spanish twist to the character. The role won Bergman an Oscar.

It was the last Oscar of Bergman's career and one of her last films. Penélope Cruz still has a long career ahead of her, this is just another summit in the mountain range she will continue to climb. She's still got plenty of full circles to complete, although she managed to finish one of the most important ones in her career years ago: the day Almodóvar, the man who made her decide to become an actress, called her. At home. "He said: 'I'm calling to congratulate you on your acting-- at the time I had already done *Jamón, Jamón* and *Belle Époque*--," she recalls and they decided to try working together.

They tried it in *Kika*; Cruz was still very young. And again in *Live Flesh*; she was still young, but the director from La Mancha was so enamoured of the actress that he asked her to play the woman who gives birth on the bus in the film's prologue, an excellent bit role thanks to which Cruz soon got a call from Stephen Frears to do *Hi-Lo Country*, one of her first films in English.

After that, Almodóvar promised to write a role specifically for her one day. And he did. After the nun in *All About My Mother*, came the definitive Raimunda in *Volver*. This last role won Cruz her first Oscar nomination, but, above all, it is one of the roles that defined her career, marking a turning point for her.

By then Penélope Cruz had already conquered Hollywood, with films that were more or less fortunate (from *Woman on Top* and *Blow*, to *Vanilla Sky* and *Sahara*). She had left home when she was still quite young and barely spoke English, and yet she had managed to become a member of film royalty. But she never quite finished moving into her home in Los Angeles, she always had unpacked boxes around and a return ticket to Spain in her hand. Not just to go back to the streets of Madrid or the beaches of Ibiza on vacation, but, especially, to continue working in Spain. And *Volver*, a very Spanish film, put her in another of those universes that she had yet to explore and led her from *Elegy* to *Nine* (another Oscar nomination), from *Pirates of the Caribbean* to Woody Allen, twice. But, always, always, back to Spain. Coming full circle, making her dreams come true, with her feet on the ground and her eyes on the moon.

rina Bayonas, con quien aún trabaja, y ella le dijo hasta dos veces que no, que era muy joven. Pero Penélope Cruz insistió y en la tercera prueba de cámara, lo logró.

Enseguida empezó a hacer castings. Tenía 14 años cuando hizo el primero y le pidieron que interpretara una escena de 'Casablanca' como Ingrid Bergman, al lado del piano. Otro círculo que cierra ahora. En 'Asesinato en el Oriente Express', Penélope Cruz interpreta el personaje que hizo famoso Ingrid Bergman, la misionera en un tren lleno de sospechas --aunque Cruz le da un giro español--, y por el que ganó un Oscar.

Para Bergman, aquél fue el último Oscar de su carrera, una de sus últimas películas. Penélope Cruz tiene todavía mucho recorrido por delante, está sólo en una nueva cumbre de una cordillera que sigue ascendiendo. Tiene muchos círculos que seguir cerrando, aunque hace años ya que cerró el que ha sido uno de los más importantes de su carrera: el día que el hombre por el que decidió ser actriz, Almodóvar, le llamó. A su casa. "Me dijo: 'Te llamo para felicitarte por tus interpretaciones --para entonces ya había hecho *Jamón, jamón*' y '*Belle Époque*--", recuerda, y decidieron que intentarían trabajar juntos.

Lo intentaron en 'Kika', pero Cruz era aún muy joven. De nuevo, en 'Carne trémula'. Seguía siendo joven. Pero el manchego estaba tan enamorado de la actriz que le pidió que interpretara a la mujer que da a luz en el autobús en el prólogo del filme, un pequeño gran personaje por el que poco después la llamó Stephen Frears para 'Hi-Lo Country', una de sus primeras películas en inglés.

Después, Almodóvar le prometió que algún día le escribiría un papel hecho a su medida. Y lo hizo. Después de la monja de 'Todo sobre mi madre', vino el definitivo con la Raimunda de 'Volver', por el que consiguió su primera nominación al Oscar, pero, sobre todo, uno de esos papeles que definen una carrera, que marcan un antes y un después.

Para entonces Penélope Cruz ya había conquistado Hollywood, con películas más o menos afortunadas (de 'Woman on Top' a 'Blow', de *Vanilla Sky* y 'Sahara'). Se había ido muy joven allí sin casi hablar inglés y era ya una más entre la realeza del cine, pero siempre tenía cajas de mudanza sin abrir en su casa de Los Ángeles y un billete de vuelta a España a mano. Y no sólo para volver de vacaciones a las calles de Madrid o las playas de Ibiza, sino sobre todo para seguir trabajando en España. Y 'Volver', una película muy española, la colocó en otro de esos universos que aún ni conocía y la llevó de 'Elegy' a 'Nine' (nueva nominación al Oscar), de 'Piratas del Caribe' a Woody Allen, dos veces. Pero siempre, siempre, de vuelta a España. Cerrando círculos, cumpliendo sueños, con los pies en la tierra y la mirada en la luna.



Only
YOU
HOTELS

YOUR STYLE. OUR WAY.

Dicen que uno viaja para encontrarse a sí mismo. Por eso, Only YOU Hotels ofrece un servicio de lujo y personalizado, donde el huésped es el protagonista. Cosmopolita y singular, con estilo y personalidad, cada detalle está pensado para que la estancia sea una experiencia tan placentera y gratificante como el destino en sí.

onlyyouhotels.com

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

Palladium WORLD



COSTA MUJERES

THE UNEXPLORED LUXURY OF CANCUN

In the Yucatan Peninsula, Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa stands out for the exotic vegetation of the unspoilt beaches and wildlife. / **ESP.** En la península del Yucatán, Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa destaca por la exótica vegetación de sus playas vírgenes y por su flora silvestre.



THE FAMILY

ONLY YOU HOTEL ATOCHA

Madrid's new icon // El nuevo icono de Madrid



© Jacobo Medrano

From left to right // de izquierda a derecha, Nacho de la Fuente, Rooms Division Manager; Gonzalo Ortiz, Welcome Desk Agent; Sara Moya, Welcome Desk Agent; Gemmary Mendina, Restaurant Server; Julia Rodríguez, Meetings & Events Coordinator; Juan López, First Chef; José Manuel, Maintenance Manager; Jonathan Gómez, Banquet Manager; Sahara Portillo, Events Coordinator; Aldara Seijó, Events Coordinator; Olivia Martínez, In-House stylist; Javier Mora, Executive Chef; Miguel Angel Doblado, Hotel Manager.



Located in a central area of Madrid on the Infanta Isabel promenade, in front of Madrid Puerta de Atocha train station and a few meters from the Retiro park, the Only YOU Hotel Atocha is a sophisticated and casual hotel. Its great program of activities has created a new benchmark in the city. This is the human team behind one of the new hallmarks of Palladium Hotel Group in the capital of Spain.

ESP. Ubicado en una zona céntrica de Madrid, en el paseo Infanta Isabel, frente a la estación de tren Madrid Puerta de Atocha y a escasos metros del parque del Retiro, Only YOU Hotel Atocha es un hotel sofisticado y desenfadado. Su amplio programa de actividades ha creado un nuevo referente en la ciudad. Este es el equipo humano que está detrás de una de las nuevas señas de identidad de Palladium Hotel Group en la capital de España.

NOTICIAS
news
Rebranding



Borja Martínez and Nuria Pizarro explain the rebranding of the MICE department. / **ESP.** Borja Martínez y Nuria Pizarro nos explican el rebranding del departamento MICE.

THE NEW IDENTITY OF MICE BY PALLADIUM

MICE
BY PALLADIUM

BORJA MARTÍNEZ

Director of Meetings & Events Europe PHG

What is the Rebranding sales target?

The strategy of growing MICE at Palladium Hotel Group has a roadmap that includes visiting new projects such as Gran Palladium Costa Mujeres and its great Conference Center. The aim is to increase penetration in outbound markets like the U.S. and U.K., which is where the business is. Having consolidated our structure in Europe, and with the imminent creation of a MICE office in the U.S., the time has come to make sure Palladium Hotel Group is recognized as a powerful brand in the segment.

What strategies are being implemented to grow and consolidate MICE by Palladium?

Definitely direct sales, being present in the customer's offices, and making sure they have a trusted contact. The industry is highly atomized and it's hard to reach every stakeholder. We would like to be present in the minds of as many event planners as possible and make sure that they are aware of our diverse range of brands and their unique characteristics.

ESP. ¿Cuál es el objetivo de ventas del

Rebranding? La estrategia de hacer crecer MICE en Palladium Hotel Group está dibujada en la hoja de ruta con vistas a los nuevos proyectos, como Gran Palladium Costa Mujeres y su gran Centro de Conferencias. Se ha de conseguir penetrar con mayor fuerza en los mercados emisores que es donde está el negocio, como USA y UK. Tras la consolidación de la estructura en Europa y la inminente creación de una oficina MICE en América, es el momento adecuado para hacer que Palladium Hotel Group sea reconocido como una marca potente en el segmento.

¿Cuáles son las estrategias para hacer crecer y consolidar MICE by Palladium?

Desde luego la venta directa, el estar en las oficinas de los clientes, y que tengan un contacto de confianza. La industria está muy atomizada y es complejo llegar a todos los stakeholders. Queremos estar presentes en la mente del mayor número de planificadores de eventos y que conozcan la diversidad de nuestras marcas y su carácter único. •

“TRAVELING IS A UNIQUE EXPERIENCE, EVEN BUSINESS OR INCENTIVE TRAVEL”// “VIAJAR ES UNA EXPERIENCIA ÚNICA INCLUIDO EN LOS VIAJES DE REUNIONES Y DE INCENTIVOS”

NURIA PIZARRO

Associate Marketing Director PHG

What has Rebranding the MICE segment meant for Palladium Hotel Group?

At Palladium Hotel Group, we believe that traveling is always a unique experience, even business or incentive travel. The new MICE by Palladium brand identity is aimed at establishing a connection with potential business guests and attracting them so that they'll identify with each of our hotel brands, allowing us to differentiate ourselves with every detail and thus add value for them.

Who is this new MICE by Palladium identity targeted at?

Our objective, whether it's a group of meetings or incentive travel, is to target increasingly demanding potential guests who are more used to traveling, like Millennials, for whom the destination is not as important as the experience.

ESP. ¿Qué ha significado el rebranding del segmento MICE para Palladium Hotel Group?

En Palladium Hotel Group creemos que viajar es siempre una experiencia única, incluido los viajes de reuniones e incentivos. Con la nueva identidad de MICE by Palladium pretendemos crear una conexión con nuestros

potenciales huéspedes de negocio para que se sientan atraídos y puedan identificarse con cada una de nuestras marcas de hoteles, diferenciándonos en cada detalle y aportándoles valor.

¿A quién se dirige esta nueva identidad de MICE by Palladium?

Nuestro objetivo, bien se trate de un grupo de reuniones o de un viaje de incentivo, es dirigirnos al perfil de potenciales huéspedes cada vez más exigentes y más acostumbrados a viajar, como son los millennials, para los cuales el destino ya no es lo más importante, sino la experiencia vivida. •



NOTICIAS
news

PHG values

To enrich people's life // Valores para enriquecer
la vida de la gente

Being one of the leading hotel chains in the world means ...
...having so much more... / **ESP.** Ser una de las mejores
cadenas hoteleras del mundo significa tener mucho más...

EXCELLENCE

LUXURY

BEAUTY

EXPERIENCES

PEOPLE

COMMITMENT

KNOW HOW

STRENGTH

GRATITUDE

DEVOTION

...to make our guests feel at home. / **ESP.** ...hacer que
nuestros clientes se sientan como en casa.

Sumérgete en el confort de un hotel diseñado a tu medida.

De la habitación a la piscina, en un elegante salto. De un brindis con tu pareja o amigos –inspirado por las vistas del beach club de estilo ibicenco– a los sabores del mundo en nuestros bares y restaurantes internacionales a la carta. Ven a Riviera Maya y disfruta de fabulosas actividades y experiencias enriquecedoras en un ambiente tranquilo y relajado, solo para adultos. El único niño que podrás oír, será el de tu interior.

TRs

YUCATAN
HOTEL

Honoring your freedom

RESERVA CON NOSOTROS. +34-971 926 486

TRSHOTELS.COM

• RIVIERA MAYA • PUNTA CANA • COSTA MUJERES, CANCUN (PRÓXIMO OTOÑO 2018)

PALLADIUM
HOTEL GROUP

ERIK ROQUERO MONFORT

HEAD OF FEASIBILITY
AT PALLADIUM HOTEL
GROUP'S EXPANSION
DEPARTMENT

Responsable de viabilidad en el
departamento de Expansión PHG

How long have you been with the company?

In a few weeks, I'll celebrate 4 years at the company. I first landed at Palladium Hotel Group's Marketing and Sales departments, although before that I had worked at a financial consultancy firm. In order to understand a sector or company and its value proposition, I think it's crucial to learn about the ins and outs of sales, so I decided to start there.

Can you describe your duties for us?

When you work in a hotel expansion department, you have to be flexible in terms of duties and tasks, but the area is mainly focused on doing analysis and finances for the department. My day-to-day involves managing the selection and analysis of new expansion projects worldwide, helping to negotiate the group's



LA ENTREVISTA

the interview in the office

new hotel management agreements and evaluating new hotel investments.

What has changed since you first joined the company?

I've noticed important changes at Palladium Hotel Group over the past few years, but I think that, in essence, the Group has managed to transmit the DNA that helped it get to

where it is now and the values that the Matutes family has instilled in it through their way of running the business. PHG is a fairly exceptional case right now, because it has managed to combine the experience of people who have been working at the company for decades with very young new hires, both in top management positions and

in middle management.

What does the expansion department do?

The expansion department is in charge of implementing the company's growth strategy. This encompasses a wide range of duties.

First of all, an international expansion project entails building contact networks and reaching agreements in different countries through

which the Group can access to new opportunities. Not to mention representing PHG at hotel investment forums, prospecting for new markets and maintaining contact with local agents in the markets on our radar.

Second, we need to be able to visualize the operation of potential new hotels in order to assess the viability of new projects and, of course,

“AN INTERNATIONAL EXPANSION PROJECT ENTAILS BUILDING NETWORKS AND REACHING AGREEMENTS TO NEW OPPORTUNITIES” // “UN PROYECTO DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL NECESITA TEJER LAS REDES DE CONTACTOS QUE PERMITAN NUEVAS OPORTUNIDADES”

ESP. ¿Cuántos años lleva en la empresa?

En unas semanas cumpliré cuatro años en la compañía. Aterricé en Palladium Hotel Group a través de los departamentos de Marketing y Comercial, a pesar de que anteriormente había trabajado en consultoría financiera. Creo que es crucial conocer los entresijos de las ventas para ser capaz de entender un sector o empresa y su propuesta de valor, así que decidí empezar por ahí.

¿Puede describirnos sus funciones?

Un departamento de expansión hotelera requiere ser flexible en cuanto a funciones y tareas, pero mi campo se orienta más a las tareas analíticas y financieras que esta área requiere. En mi día a día, me encargo de liderar la selección y análisis de nuevos proyectos de expansión a nivel global, participando en la negociación de los nuevos acuerdos de gestión hotelera del grupo y la evaluación de nuevas inversiones hoteleras.

¿Qué ha cambiado desde que se ha incorporado?

He observado importantes cambios en Palladium Hotel Group en los

últimos años, pero creo que, en lo esencial, se ha sabido mantener el ADN que ha llevado a la compañía hasta donde está actualmente y los valores que la familia Matutes ha incorporado a través de su forma de dirigir la empresa. PHG es actualmente un caso bastante excepcional, en tanto que ha conseguido aunar la experiencia de perfiles con décadas en la compañía con incorporaciones muy jóvenes, tanto en cargos directivos como en mandos intermedios.

¿En qué consiste el departamento de expansión?

El departamento de expansión ha de encargarse de ejecutar la estrategia de crecimiento de la empresa. Para ello se ha de cubrir un amplio abanico de funciones.

Un proyecto de expansión internacional necesita, en primer lugar, tejer las redes de contactos y acuerdos en distintos países que permitan al grupo acceder a nuevas oportunidades. Sin olvidarnos de representar a PHG en foros de inversión hotelera, prospectar nuevos mercados o mantener contacto con agentes locales de aquellos mercados que están en el radar.

LA ENTREVISTA

the interview

negotiate the conditions in which we would like to grow. Here, we should emphasize analyzing and studying new markets, developing business plans, and negotiating new contracts.

How many people work for the department?

In its current functional structure, the department was created a little over a year and a half ago. Right now there are two of us working in the department, but we expect to add new hires in the short term.

What are your current lines of action?

At the moment we are mainly focusing on two geographical areas: the Caribbean and the Mediterranean. In the Caribbean market we still think that Mexico is a destination where we have room to grow at destinations such as Los Cabos. We are also drawn to other emerging destinations such as Cartagena (Colombia) and Costa Rica and some of the islands in the British West Indies.

With respect to the Mediterranean, I'm convinced that Croatia and Greece will play a huge role in the hotel sector over the next two or three years, but we're also drawn to more mature markets such as Spain's Costa del Sol and Portugal's Algarve.

What are your immediate objectives?

En segundo lugar, hemos de ser capaces de visualizar la operación de los potenciales nuevos hoteles para poder evaluar la viabilidad de los nuevos proyectos y, por supuesto, negociar las condiciones en las que queremos crecer. Aquí destacaríamos el análisis y estudio de nuevos mercados, la elaboración de planes de negocio y la negociación de nuevos contratos.

¿Cuántas personas trabajan en él?

Se trata de un departamento que, en su estructura de funciones actual, cuenta con poco más de año y medio de vida. Ahora mismo trabajamos dos personas en él, pero prevemos que haya nuevas incorporaciones a corto plazo.

¿Cuáles son sus líneas de actuación?

Actualmente se está trabajando principalmente en dos focos geográficos; el Caribe y el Mediterráneo. En el mercado caribeño seguimos pensando que México es un destino en el que tenemos recorrido en destinos como Los Cabos. También nos atraen otros destinos más emergentes como Cartagena de Indias, en Colombia, Costa Rica y algunas islas del Caribe anglosajón.

Respecto al Mediterráneo, estoy seguro de que Croacia y Grecia van a dar mucho juego en el sector hotelero en los próximos dos o tres años, pero también nos atraen otros mercados más maduros como la Costa del Sol española o el Algarve.

“AT THE MOMENT WE ARE MAINLY FOCUSING ON TWO GEOGRAPHICAL AREAS: THE CARIBBEAN AND THE MEDITERRANEAN” // “ACTUALMENTE SE ESTÁ TRABAJANDO PRINCIPALMENTE EN DOS FOCOS GEOGRÁFICOS: EL CARIBE Y EL MEDITERRÁNEO”

¿Cuáles son sus objetivos inmediatos?

La compañía ha dado un giro en su plan de crecimiento y actualmente buscamos un modelo de crecimiento basado en operaciones 'Asset-Light', es decir, buscamos exportar el valor de nuestras marcas, nuestra experiencia y conocimiento en operación hotelera sin ser propietarios del 'ladrillo'. Implantar este modelo y preparar los procesos necesarios para ejecutar este plan es el objetivo más inmediato del departamento.

El Grupo Palladium parece estar sometido a una expansión y mejora constantes. ¿Cómo se implementa esta filosofía en un departamento destinado precisamente a eso?

Palladium Hotel Group está totalmente preparada para dar el salto hacia un crecimiento ambicioso y constante. Contamos con un Portfolio de marcas con personalidad propia y valor añadido y con los equipos que aportan el 'know-how' necesario para ello. Nuestro





The company has turned its growth plan around and, right now, we're aiming for a growth model based on "Asset-Light" operations, which means, we're looking to export the value of our brands and experience, and our hotel operations expertise, without acquiring any more "bricks." The department's most pressing objective is to implement this model and organize the processes necessary to carry this plan out.

It seems the Palladium Group is constantly expanding and making improvements, how do you go about implementing this

philosophy in a department that is dedicated precisely to expansion and improvement?

Palladium Hotel Group is fully prepared to take the leap towards ambitious constant growth. We have a Portfolio of brands with unique personalities and added value, and our teams have the necessary know-how. Our job is to leverage all this and translate it into new hotels that add value to the company.

Palladium says its mission is: "Turning customers into fans." How does this motto apply to your

A global team

Above, Erik Roquero Monfort and Jose Matheu. Matheu is the Chief Development Officer of Palladium Hotel Group since 2016. Responsible for seeking opportunities globally, and as a priority he is finding investment partners who are willing to analyze reconversion projects in association with the group with the aim of repeating success stories like Ushuaia Ibiza Beach Hotel, Hard Rock Hotel Ibiza & Tenerife and Only YOU Hotels.

ESP. UN EQUIPO GLOBAL. Arriba, Erik Roquero Monfort y Jose Matheu. Matheu es el Director de Desarrollo de Palladium Hotel Group desde 2016. Responsable de buscar oportunidades a nivel mundial, y como una prioridad, buscar socios de inversión que estén dispuestos a analizar proyectos de reconversión en asociación con el grupo con el objetivo de repetir casos exitosos como Ushuaia Ibiza Beach Hotel, Hard Rock Hotel Ibiza y Tenerife y Only YOU Hotels.

the interview in the office

department?

The company's mission conveys a way of looking at the business, and it has completely permeated our department. In a sense, we have different customers than the rest of the company does, because we're focused on convincing hotel owners and investors that we're the right partner to help make their hotel projects a reality, but our motto is the same.

You're both travelling all the time, how do you manage to get work done while you're away?

Technology no doubt helps, and using different tools such as the telephone, Skype, email, WhatsApp, etc. also helps. But the key to preventing the department from suffering from this dislocation is trusting that the rest of the team will do a good job and learning to delegate. If you develop a "micromanagement" culture, the department will end up becoming very inefficient.

Is it still possible to retain the "Ibizan" accent in a global company such as this that was founded on the island?

Yes no doubt and in more senses than one. As I mentioned earlier, many aspects of the way the company is managed are still inherited directly from the values instilled by the

Matutes family. That's obvious from the very first day.

On the other hand, today the Ibiza brand is enjoying worldwide recognition and is increasingly gaining positive connotations. Today, being an Ibiza-based business is--and this is in great measure thanks to the work this company has done over the years--an important asset in terms of marketing and positioning.

Do you have a professional mantra?

Professional and personal. I often repeat a phrase you hear a lot up north (or at least that's where I've heard it, I'm not sure where it's from originally): "Be a gentleman to all, a friend to few and a slave to no one." That really does a good job defining the personality of those of us who grew up in the north, and it basically means that you should always be polite and know your place; be careful whom you choose to dedicate your time and energy to and, above all, never try to make everyone happy. But when something is worthwhile, you give it your all.

What do you do when you "close up shop" and take a break from work?

I mostly travel. I'm rarely in Madrid more than two weekends in a row. Most of my getaways are to San Sebastián; that's the city where I was born and I'm

trabajo es sacar provecho de todo esto y convertirlo en nuevos hoteles que aporten valor a la empresa.

Si Palladium habla de 'convertir a los clientes en fans', ¿cómo se adapta esta máxima a su departamento?

La misión de la compañía nos transmite una forma de entender el negocio, y eso es totalmente permeable a nuestro departamento. En cierta medida, nuestros clientes son distintos a los del resto de la compañía, ya que nos enfocamos en convencer a propietarios de hoteles e inversores de que somos el socio adecuado para llevar a cabo sus proyectos hoteleros, pero nuestras máximas son las mismas.

Ambos están constantemente viajando. ¿Cómo se las apañan para trabajar en remoto?

Sin duda la tecnología ayuda y el uso de distintos medios como el teléfono, Skype, email, Whatsapp, etcétera, ayuda. Pero la clave para que un departamento no note la deslocalización es la confianza en el trabajo del resto del equipo y la capacidad de delegar. Si se trata de implantar una cultura de 'micromagement', el departamento acaba siendo altamente ineficaz.

¿Es posible aún así mantener el acento 'ibicenco' de una compañía global e isleña como esta?

Sí, sin duda y en varios sentidos. Como he comentado antes, la compañía mantiene muchos rasgos en su gestión que vienen directamente de los valores que ha implantado la familia Matutes. Esto se nota desde el primer día.

Por otro lado, la marca Ibiza tiene actualmente un reconocimiento mundial y cada vez aglutina más connotaciones positivas. El ser una empresa ibicenca es actualmente, y en gran medida gracias al trabajo que esta compañía ha realizado durante años, un activo relevante en términos de marketing y posicionamiento.

¿Tienen un mantra laboral particular?

Laboral y personal. Me repito mucho una frase que se dice en el norte (o al menos yo sólo la he escuchado allí, desconozco su origen); 'Caballero con todos, amigo de pocos y esclavo de nadie'. Define muy bien la personalidad de los que hemos crecido allí y viene decir que, sin perder nunca la educación y el saber estar, se ha de elegir bien a quién y a qué dedicar el tiempo y la energía, y, sobre todo, que nunca se debe tratar de contentar a todo el mundo. Pero con aquello que merece la pena, hay que volcarse.

¿Qué hace cuando 'cierras la persiana' y deja de trabajar?

Sobre todo, viajo. Rara vez permanezco dos fines de semana seguidos en Madrid. La mayoría de las escapadas las acapara San Sebastián, ciudad en la que nací y a la que me siento profundamente ligado. Es, sin duda, mi rincón para desconectar.

Los hoteles de Latinoamérica se han renovado profundamente, surgen restaurantes selectos como Tatel con tareas encomiables como relanzar la gastronomía



española ¿En qué líneas de negocio se expande el grupo?

Nuestro departamento sólo trabaja la expansión hotelera. La renovación de hoteles, al igual que el relanzamiento de marcas como TRS y el desarrollo constante de nuevos conceptos, es fruto de la apuesta por el valor añadido. Las líneas de crecimiento las marcan principalmente las marcas cinco estrellas, en las que la experiencia al cliente se cuida muchísimo más y se puede dar rienda suelta a la innovación, que es, a día de hoy, una de las principales señas de identidad de la compañía. •

“BEING AN IBIZA-BASED BUSINESS IS AN IMPORTANT ASSET IN TERMS OF MARKETING AND POSITIONING” // “EL SER UNA EMPRESA IBICENCA ES UN IMPORTANTE ACTIVO DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO”

still deeply connected to it. That is no doubt my place to unwind.

The hotels in Latin America have undergone a major renovation, choice new restaurants like Tatel have taken on the commendable task of relaunching Spanish cuisine. Which lines of business is the Group planning to expand?

Our department only works with hotel expansion. Renovating hotels or relaunching brands like TRS and constantly developing new concepts is a result of the company's commitment to added value. The lines of growth are mainly set by our 5-star brands, where looking after customer experience is a top priority and you can unleash innovation, that is to say, to date, one of the company's key hallmarks. •



EST.

2014

TATEL

MADRID · MIAMI · IBIZA

Spanish Cuisine - Cocktail Bar - Live Shows

www.tatelrestaurants.com



A VECES, TODO LO QUE NECESITAS ESTÁ JUSTO ENFRENTA DE TI

Cuéntale a todo el mundo que estás aquí



[/PalladiumHotelGroup](#)

Mantente al día con las últimas actualizaciones



[@PalladiumHG](#)

¡Suscríbete hoy mismo a nuestro canal oficial de Youtube!



[PalladiumHotelGroup](#)

Inspírate para tu próxima aventura.



[@PalladiumHotelGroup](#)



#allI need

COMPARTE TUS EXPERIENCIAS ÚNICAS.
TODO LO QUE NECESITAS, EXACTAMENTE DONDE
LO NECESITAS.

PALLADIUM
HOTEL GROUP

PALLADIUMHOTELGROUP.COM

BETWEEN WORDS AND ACTIONS, IS **MARKETING** **MARKETING**

There are different definitions of marketing, but they all have as their starting point a process of exchanging goods and services that seeks to satisfy the mutual needs of the participants. The same goes for a relationship, so the analogy is not such an absurd idea: after all, behind the client portfolios and office desks, there are people with feelings, people who fall in and out of love, and are guided by the same impulses. However, marketing keywords such as strategy, mission or vision, sound more military than emotional. In this globalized world, with competition bombarding us from all sides, launching a good campaign is like going into battle, and the winners are the ones with the best strategy. And it's not a secret or improvised plan, but based on actual data to quantify the resources used in each project and its tangible results. Without this fundamental tool, the warrior is on a suicide mission. This is why behind every advertisement is a team working hard to create genuine and appealing content that contributes something positive and transcendental to inspire good stories, stories that, over the course of time, are reinvented—depending on the clients' personal experience—in the exciting and complex adventure that we call marketing.

ENTRE EL DICHO Y EL HECHO, ESTÁ EL MARKETING

Existen diferentes definiciones para el marketing, pero todas parten de un proceso de intercambio de bienes y servicios que busca satisfacer las necesidades mutuas de sus participantes. Para que una relación funcione ocurre lo mismo, por lo que su analogía no es una idea tan descabellada: después de todo, detrás de las carteras de los clientes y los escritorios de los empresarios, hay personas que sienten, se enamoran y desenamoran, guiándose por las mismas pulsiones. Sin embargo, palabras clave del marketing como estrategia, misión o visión, se acercan más al terreno militar que al afectivo. En este mundo globalizado, con la competencia bombardeando por todos los flancos, lanzar una buena campaña es como salir al campo de batalla, y siempre ganan los que tienen la mejor estrategia. Y éstas no son secretas ni improvisadas: están basadas en los datos reales que cuantifican los recursos empleados en cada proyecto y los resultados tangibles obtenidos. Sin esta herramienta fundamental, un guerrero se convierte en kamikaze al instante. Por ello es que detrás de cada publicidad hay un equipo que trabaja arduamente para generar un contenido atractivo, honesto, que aporte algo positivo y trascienda como inspiración para buenas historias, que se irán reinventando—según la experiencia personal de los clientes— en esta apasionante y compleja aventura que es el marketing.



MARKETING

THE RECENT PAST EL PASADO RECIENTE

SALES FOCUSED ORIENTADO A VENTAS
PRODUCT BASED BASADO EN EL PRODUCTO
MARKETER DRIVEN IMPULSADO POR EL VENDEADOR
ONE WAY COMMUNICATION COMUNICACIÓN UNIDIRECCIONAL

OUTBOUND MARKETING MÉTODO TRADICIONAL Y DIRECTO
SALES ORIENTED CONTENT CONTENIDO ORIENTADO A VENDER
EXCLUSIVELY BRAND GENERATED CONTENT
CONTENIDO GENERADO EXCLUSIVAMENTE POR LA MARCA
HARD SELL AND DISRUPTIVE VENTA AGRESIVA Y DISRUPTIVA

TV AND RADIO BROADCAST TV Y EMISORAS DE RADIO
PRINT ADVERTISING PUBLICIDAD IMPRESA
TRADESHOWS FERIAS COMERCIALES
TELEMARKETING TELEMARKETING
STATIC WEBSITE PÁGINAS WEB ESTÁTICAS
EMAIL BLASTS TO PURCHASED LIST
ENVÍO MASIVO DE CORREOS ELECTRÓNICOS
A LISTAS COMPRADAS

LEAFLETS AND BROCHURES CATÁLOGOS Y FOLLETOS
CATCHY JINGLES CANCIONES PEGADIZAS
SLOGANS AND REPEATED COMMERCIALS
SLOGANS Y ANUNCIOS REPETITIVOS
TEXT ARTICLES ARTÍCULOS DE TEXTO

MASS MARKET MERCADO DE MASAS

CUSTOMER ACQUISITION ADQUISICIÓN DE CLIENTES
MARKET RESEARCH INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
NIELSEN RATINGS MEDICIÓN DE AUDIENCIAS NIELSEN
TV SHARES AND RATINGS (GRP)
PARTICIPACIÓN Y CALIFICACIÓN DE ESPECTADORES DE TV

APPROACH ENFOQUE

STRATEGIES ESTRATEGIAS

CHANNELS CANALES

CONTENT CONTENIDOS

SEGMENTATION SEGMENTACIÓN

MEASUREMENT MEDICIÓN

SOONER THAN YOU THINK

ANTES DE LO QUE PIENSAS



THE NEW NOW EL NUEVO AHORA

CUSTOMER FOCUSED ORIENTADO AL CLIENTE
BRAND AWARENESS CONOCIMIENTO DE MARCA
CONSUMER DRIVEN IMPULSADO POR EL CONSUMIDOR
TWO-WAY COMMUNICATION COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL

INBOUND MARKETING MARKETING DE ATRACCIÓN
DESIGN THINKING INTEGRACIÓN DEL PENSAMIENTO DEL DISEÑO
VALUE-ADDED CONTENT CONTENIDO QUE APORTA VALOR
TIMELY & RICH CONTENTS CONTENIDOS RICOS Y OPORTUNOS
SOLUTION BASED BASADO EN LA SOLUCIÓN
GUERRILLA MARKETING MARKETING DE GUERRILLA

INTERACTIVE & RESPONSIVE WEBSITE 2.0
 PÁGINAS WEB INTERACTIVAS Y ADAPTADAS
SOCIAL MEDIA REDES SOCIALES
MOBILE & APPS MÓVILES Y APLICACIONES
MUSIC & VIDEOS ON DEMAND MÚSICA Y VIDEOS A LA CARTA
EMAIL BLASTS TO APPROVED LISTS
 ENVÍO DE CORREOS ELECTRÓNICOS A BASES DE DATOS APROBADAS

SEO FRIENDLY OPTIMIZADO PARA MOTORES DE BÚSQUEDA
AUGMENTED REALITY REALIDAD AUMENTADA
VIDEO FLUIDITY FLUIDEZ DE VIDEOS
PROGRAMMATIC PROGRAMÁTICA
INFOGRAPHICS & RICH MEDIA
 INFOGRAFÍAS Y CONTENIDOS ENRIQUECIDOS
BLOGGING & PODCASTING BLOGGING & PODCASTING
TRANSMEDIA STORYTELLING NARRACIÓN TRANSMEDIA
USER-GENERATED CONTENT WEBSITE
 CONTENIDO WEB GENERADO POR EL USUARIO

DEMOGRAPHICS DATOS DEMOGRÁFICOS
BEHAVIORAL DATOS DE COMPORTAMIENTO
TRANSACTIONAL DATOS TRANSACCIONALES
CRM SEGMENTATION SEGMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE CLIENTES

CUSTOMER ACQUISITION COST
 COSTE DE ADQUISICIÓN DE CLIENTES
DIGITAL & WEB ANALYTICS ANALÍTICA WEB Y DIGITAL
SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PARTICIPACIÓN EN REDES SOCIALES
PR CLIPPING RECORTES DE PRENSA

CUSTOMER EXPERIENCE EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR
PERSONALIZATION PERSONALIZACIÓN
HOLISTIC COMMUNICATION COMUNICACIÓN HOLÍSTICA

DATA-DRIVEN TECHNIQUES & INSIGHTS
 TÉCNICAS Y PERCEPCIONES EN BASE A DATOS
MARKETING AUTOMATION AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING
MACHINE LEARNING APRENDIZAJE DE MÁQUINAS
PREDICTIVE ANALYSIS ANÁLISIS PREDICTIVO
GROWTH HACKING ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO



SEMANTIC WEB 3.0 PÁGINAS WEB SEMÁNTICAS 3.0
OMNI-CHANNEL EXPERIENCE EXPERIENCIA MULTICANAL
WEARABLE TECHNOLOGY TECNOLOGÍA PONIBLE
INTERNET OF THINGS INTERNET DE LAS COSAS



VIRTUAL REALITY REALIDAD VIRTUAL
360 VIDEOS VIDEOS 360°
GAMIFICATION LUDIFICACIÓN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTELIGENCIA ARTIFICIAL



MICRO-TARGETING PÚBLICO OBJETIVO MUY ESPECÍFICO
HYPER-SEGMENTATION HIPER SEGMENTACIÓN
BIG DATA ANALYTICS ANALÍTICA DE GRANDES BASES DE DATOS
CLUSTERING ALGORITHMS ALGORITMOS DE AGRUPAMIENTO
360 DEGREE CRM SEGMENTACIÓN DE CLIENTES 360°

CUSTOMER LIFETIME VALUE
 VALOR DE VIDA DEL CLIENTE
PERSONALIZED PRICING PRECIOS PERSONALIZADOS
REAL-TIME PREDICTIONS BASED ON DIGITAL & WEB ANALYTICS
 PREDICCIONES EN TIEMPO REAL BASADAS EN ANALÍTICA WEB Y DIGITAL



NOTICIAS
news

Upgrades

A EXPERIENCE OF FREEDOM AND COMFORT

UNA EXPERIENCIA DE LIBERTAD Y CONFORT

The newly renovated TRS Hotels present exclusive Premium services.

TRS Hotels are luxury resorts for adults only that offer a wide range of premium and personalized services in private and peaceful surroundings. The hotels are located in some of the most spectacular tourist destinations in the Caribbean, Mexico and Dominican Republic. Their Infinite Indulgence program offers customers freedom of choice, time to indulge themselves and space to make the most of it. Guests of TRS Hotels have many exclusive benefits, aside from





One of the private
pools at TRS Yucatan
Hotel. / **ESP.** Una de
las piscinas privadas
del TRS Yucatan
Hotel.

NOTICIAS
news
Upgrades

access to all its facilities, such as free admission to Grand Palladium Hotels & Resorts facilities and services. Other advantages offers guests preferential reservations to any restaurant in the program as well as access to all the pools, bars, shops, discotheques and casinos, and free access to the water circuit at Zentropia Palladium Spa & Wellness. The hotels have been completely renovated; TRS Turquesa Hotel now has a new Beach Club, while TRS Yucatan Hotel has been completely refurbished. TRS Yucatan hotel stretches 130 kilometers (81 miles) along the coastline, and there are many attractions that make it worth visiting: Mayan culture throughout, spectacular cenotes, caves, and natural parks. Its 13 villas were completely refurbished in 2017 and have a total of 454 rooms equipped with king-sized beds, whirlpool baths and all sorts of amenities, including 50" TVs with movies available in streaming, an MP3 speaker base and a Nespresso coffee maker as well as premium features such as private pools in some of the suites. TRS Turquesa hotel, in Punta Cana, in the Dominican Republic, features 372 spacious rooms with unique details that guarantee a luxurious experience and total relaxation: whirlpool bath, Nespresso coffee maker, full minibar, king-sized beds, flat-screen TVs, MP3 speaker base, electronic safe, plus other premium services, including swim-up pools, in some suites. Nights at these hotels offer plenty of entertainment including live music, thematic parties, shows and dance performances. •



ESP. TRS Hotels son resorts de lujo sólo para adultos que ofrecen una amplia gama de servicios premium y atención personalizada, en un entorno de privacidad y tranquilidad, ubicados en los destinos más espectaculares del Caribe: México y República Dominicana. Su programa Infinite Indulgence significa libertad para elegir, tiempo para deleitarse y espacio para aprovecharlo al máximo. Entre los beneficios exclusivos por alojarse en TRS Hotels, además de aprovechar todas sus comodidades, los huéspedes tienen entrada libre a los servicios e instalaciones de Grand Palladium Hotels & Resorts. Estas ventajas incluyen el uso de todas las áreas como las piscinas, bares, tiendas, discoteca y casino, y el acceso gratuito al circuito de aguas de Zentropia Palladium Spa & Wellness. Los hoteles están totalmente renovados, el TRS Turquesa Hotel con su nuevo Beach Club. En el caso del TRS Yucatan Hotel, se trata de una renovación completa. El TRS Yucatan hotel, en el Caribe mexicano, se extiende a lo largo de los 130 kilómetros del litoral y ofrece muchísimos motivos para visitarlo:





cultura maya, espectaculares cenotes, cuevas y parques naturales... En sus 13 villas, que han sido totalmente renovadas en 2017, se distribuyen las 454 habitaciones, equipadas con cama tamaño King, bañera de hidromasaje y todas las comodidades como TV de 50 pulgadas con streaming de películas, soporte para MP3, cafetera Nespresso, además de características premium como las piscinas privadas de algunas suites. EL TRS Turquesa hotel, en Punta Cana (República Dominicana), dispone de 372 amplias habitaciones con detalles únicos que garantizan una experiencia de lujo y relajación total: bañera de hidromasaje, cafetera Nespresso, minibar completo, camas tamaño King, TV de pantalla plana, base para MP3, caja fuerte electrónica... entre otros servicios premium como las piscinas swim-up de algunas suites. En estos hoteles, las noches están llenas de diversión con shows de música en vivo, fiestas temáticas, espectáculos y performances de danza. •



The three pillars of TRS Hotels following these renovations are luxury, exclusivity and comfort. / **ESP.** Lujo, exclusividad y confort son los tres pilares de los selectos TRS Hotels tras ser renovados.



Privileged areas

FAMILY SELECTION

Grand Palladium Hotels & Resorts is pleased to announce the creation of its new club especially designed for families. // Grand Palladium Hotels & Resorts se complace en anunciar la creación de su nuevo club pensado especialmente para familias.

The new club in Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa in Mexico and Grand Palladium Vallarta Resort & Spa in Jamaica will offer exclusive facilities at privileged areas, plus personalized services and premium products. So both parents and their little ones can enjoy their vacation to its fullest extent with 24-h check in/out, air conditioning, area with hot and cold snacks and premium beverages for children, living room with TV, board game and computer area. Also, a pool area with one heated pool in the winter, solarium with Balinese beds, lounge chairs and an exclusively reserved zone on the beach with concierge service.

ESP. El nuevo club en Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa en México y Grand Palladium Vallarta Resort & Spa en Jamaica ofrecerá instalaciones exclusivas en áreas privilegiadas, además de servicios personalizados. De esta manera, los padres y sus pequeños podrán disfrutar de las vacaciones al máximo con check-in/out las 24 horas, aire acondicionado, área con snacks calientes y fríos, además de bebidas premium para niños, sala de estar con TV, zona de juegos de mesa y un espacio para ordenadores. También habrá una zona de piscinas con una climatizada en invierno, un solárium con camas balinesas y una zona exclusiva en la playa con servicio de concierge.



NOTICIAS
news

Infinite Indulgence®



THE 'ALL-INCLUSIVE' EVOLVES BEYOND EXCELLENCE

Freedom of choice, time for your pleasure and space to make the most of it. Enjoy unlimited services during your stay with Infinite Indulgence®. // Libertad para elegir, tiempo para disfrutar y espacio para aprovecharlo al máximo... Disfruta de servicios ilimitados durante tu estancia con Infinite Indulgence®.

Infinite Indulgence® are the words we've chosen to communicate the all-inclusive service we provide to our guests, in our own way. Indulgence® is an attitude. Our main priority is to allow the enjoyment of whatever is desired. Infinite Indulgence® will always keep its promise: empower our guests with the tranquility and assurance that they will feel satisfied during their entire stay. Relax. Savor every moment. Please yourself, with no limits. This is what vacations are for and this is our inspiration, offering you much more than an all-inclusive plan at Grand Palladium Hotels & Resorts and TRS Hotels.

ESP. EL 'TODO INCLUIDO' EVOLUCIONA MÁS ALLÁ DE LA EXCELENCIA. Infinite Indulgence® son las palabras que hemos elegido para describir el servicio 'todo incluido' que ofrecemos a los huéspedes, a nuestra manera. Nuestra prioridad es permitirles disfrutar de lo que sea que deseen. Infinite Indulgence® siempre cumplirá su promesa: dar la mayor tranquilidad y asegurarles de que podrán satisfacer todos sus deseos durante la estancia. Relájate. Saborea cada momento. Disfruta sin límites. Para eso están las vacaciones. Y esto es lo que nos inspira para ofrecer mucho más que un plan con todo incluido en Grand Palladium Hotels & Resorts y TRS Hotels.



PALLADIUM MASTER EXPERIENCIE

For three intense days, Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa served as the headquarters for the second edition of the Palladium Master Experience, a mega-event designed with the aim of offering travel agents and operators the chance to experience and enjoy what the chain has to offer its guests. The gathering drew nearly 270 professionals and the event included the presentation of the Group's new property, Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa. **ESP.** Durante tres intensos días, el Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa fue la sede de la segunda edición del Palladium Master Experience, un megaevento diseñado con el objetivo de que agentes de viajes y operadores puedan vivir y disfrutar lo que la cadena les ofrece a sus huéspedes. El encuentro reunió a cerca de 270 profesionales y en él se presentó la nueva propiedad del grupo, el Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa.

Magellan Awards

The Element, advertising campaign featuring Grand Palladium Hotels & Resorts was honored with a Travel Weekly Magellan Silver Award. This award represents our commitment to continuously inspire travel and further enhance the travel experience. The Magellan Awards honor outstanding design, marketing and services in a broad range of industry segments including Hospitality, Travel Destinations, Cruise Lines, Online Travel Services, Airlines and Airports, Travel Agents and Agencies, Tour Operators and Ground Transportation.

en el diseño, la comercialización y los servicios de una amplia gama de segmentos relacionados con la industria, entre ellos: hotelería; destinos de viaje; compañías de cruceros; servicios de viaje en línea; aerolíneas y aeropuertos; agentes y agencias de viajes; operadores turísticos, y operadores de transporte por tierra.

ESP. PREMIOS MAGUELLAN.

The Element, campaña publicitaria de Grand Palladium Hotels & Resorts, ha sido galardonada con el premio de plata Magellan de Travel Weekly. Este premio refleja nuestro compromiso por seguir inspirando los viajes y seguir mejorando la experiencia de viajar. Los premios Magellan se otorgan en reconocimiento a la excepcionalidad



REDES SOCIALES

social networks Guest Book



Libro de invitados

Guests around the world share their holidays with all of us // Los clientes de todo el mundo comparten sus vacaciones con nosotros



David Hoffmann

Exploring Sayulita Known as one of Mexico's "Pueblo Magicos" it's gorgeous beach, ideal surfing conditions and charming street art.



dauidsbeenhere
David Hoffmann
151K FOLLOWERS

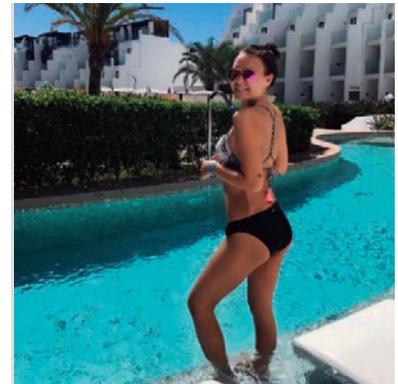


Laura Escanes

Hard Rock Hotel Ibiza
QUE ME CASOOOOOOOOO
#bridesquad #siquieroelrrato



lauraescanes
Laura Escanes
862 FOLLOWERS



Dagi Bee

Hard Rock Hotel Ibiza
second home - I B I Z A



dagibee
Dagi Bee
5M FOLLOWERS



Mario Andres Aguirre

Camino a la playa en @grandpalladiumimbassai!
Increible hotel, servicio y atención!!! Una perfecta escapada a Salvador de Bahía con all inclusive!!!



mporelmundo
Mario Andres Aguirre
2,718 FOLLOWERS



Hannah & Adam

After a road trip to Alaska, the beach was calling Our home for the next three nights @ grandpalladiumrivieramaya



gettingstamped
Hannah & Adam
89,1 K FOLLOWERS



Alyssa Ramos

I've always wanted my own boat!! ...or at least one named after me. Now I do in Jamaica thanks to Rasta man "Proff" and @grandpalladiumjamaica!



mylifesatravelmovie
Alyssa Ramos
133K FOLLOWERS

NOTICIAS
news
Fashion



Ushuaia Ibiza
Collection tank-top
and jacket.

/ **ESP.** Tank top
y cazadora de
Ushuaia Ibiza
Collection.



Ushuaia Ibiza Collection men's bathing suit and T-shirt. / **ESP.**
Bañador y camiseta hombre Ushuaia Ibiza Collection.

PARTY HOLIDAYS

THE BEACH WAS A PARTY. THE WHOLE
VACATION WAS A PARTY. RELAXATION IS NOT
AT ODDS WITH STAYING UP ALL NIGHT.

LA PLAYA ERA UNA FIESTA. LAS VACACIONES FUERON UNA FIESTA.
EL RELAX NO ESTÁ REÑIDO CON LAS NOCHES EN VELA.

BY **IRENE CRESPO**

THE STORES // LAS TIENDAS

IBIZA TOWN. Avda. Bartomeu Rosello, 18. Ibiza.

IBIZA AIRPORT. Zona de embarque.

SAN ANTONIO TOWN (Ibiza). General Balanzat, 1. San Antonio.

USHUAIA IBIZA BEACH HOTEL. Ctra. Playa d'en Bossa, 10.
San Jordi de Ses Salines. +34 971 396 710.

IBIZA HARBOUR. Luis Tur Palau, 18. +34 971 508 630

That summer was a party. That summer will always live on in our memories. It will have a special place in our memories. The beach was a party. Day and night. The music, the dancing, the laughter, the sunrise. And the sunset. That whole Ibiza spirit, which Ushuaia epitomizes, is still lingering around you as autumn catches you by surprise. Once again, the



ROCK STAR OUTFITS

Hard Rock Hotel Ibiza Collection T-shirts and bathing suit (right). / **ESP.** Rock Star Outfits: Camisetas y bañador (dcha.) de Hard Rock Hotel Ibiza Collection.

Complete collection available in
www.hrhibiza.com
www.ushuaiaofficialstore.com

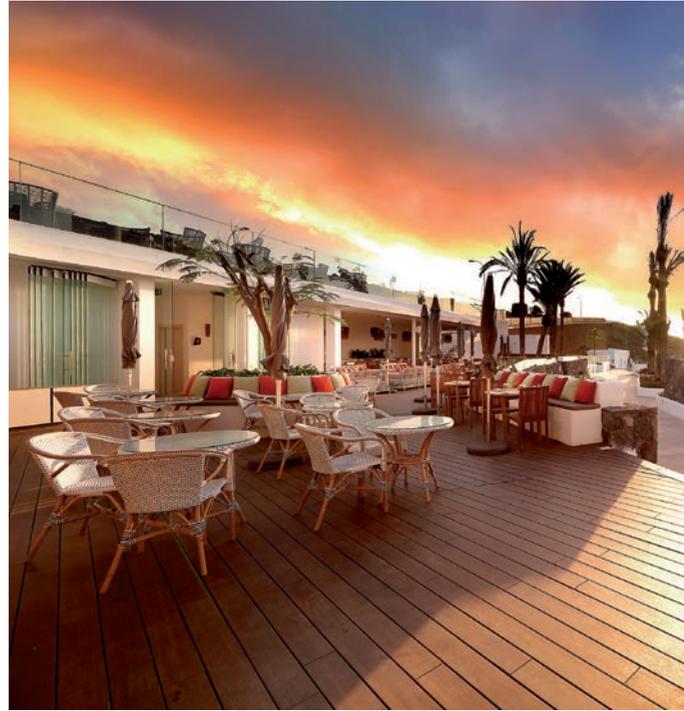
Ushuaia brand and the Hard Rock Hotel Ibiza Collection have reflected this same essence in this year's collections of clothes and accessories for men and women. The collections are designed as accessories, or partners in crime, for the perfect vacation, but they'll suit you just as well the rest of the year... weather permitting.

The pillars or narrative thread of these collections are: top-quality cotton T-shirts, form-fitting jeans (yes, there is such a thing!); that age-old timeless rock star look, and leather jackets that are a must-have for every basic wardrobe. These garments are not just designed for partying all summer long, but for all 365 days of the year, even those days when we're nowhere near golden sand beaches and the nights are no longer interminable. These collections are designed to revive the memory of that unique summer with friends or family (Ushuaia Ibiza Collection also includes a line of clothing for kids) and make it last longer. •

ESP. Aquél verano fue una fiesta. Aquél verano pasará a formar parte de nuestros recuerdos. Tendrá un lugar especial en nuestra memoria. La playa era una fiesta. De día y de noche. La música, los bailes, las risas, el sol del amanecer. Y el del atardecer. Todo ese espíritu que atrapa Ibiza y condensa Ushuaia y que se queda contigo cuando llega el otoño por sorpresa. Todo ese alma es el que vuelve a trasladarse a la colección de este año de ropa y accesorios, para hombre y mujer, de la marca Ushuaia y también a la de Hard Rock Hotel Ibiza Collection. Están pensadas como complemento, como partner in crime, de las perfectas vacaciones, pero también para acompañarnos el resto del año... siempre que el clima lo permita.

Camisetas de algodón de primera calidad, vaqueros que se ajustan a la figura (¡sí, existen!), ese aire de rock star que dejó de tener edad hace tiempo; y esas chaquetas de cuero que llenan un buen fondo de armario son los pilares y el hilo conductor de unas colecciones no sólo pensadas para los veranos de fiesta en fiesta, sino también para los 356 días del año, incluso para cuando ya no estamos cerca de la arena dorada y las noches eternas. Son colecciones pensadas para que el recuerdo de ese verano único, con amigos o en familia (Ushuaia Ibiza Collection también tiene una línea de ropa para niños), sea más real y duradero •

Hard Rock Hotel Tenerife



A HOTEL FOR THE SENSES

HARD ROCK HOTEL TENERIFE
OFFERS UNIQUE EXPERIENCES
AND GOURMET CUISINE.

El Hard Rock Hotel Tenerife ofrece experiencias únicas
y alta gastronomía.

Some cozy corners of the hotel's terraces and Narumi Restaurant's show kitchen. / **ESP.** Rincones en las terrazas del hotel y la cocina abierta del restaurante Narumi.



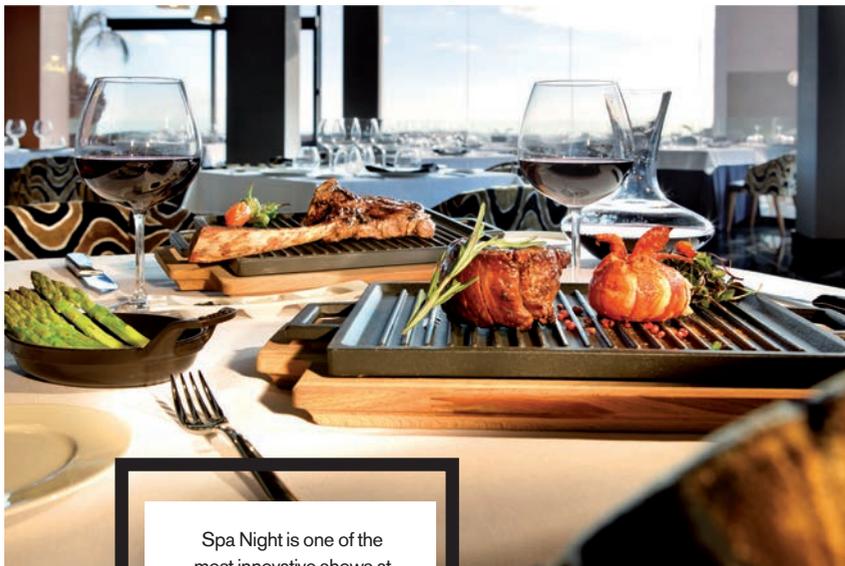
Hard Rock Hotel Tenerife is a hotel that's perfect for a celebration. Like its "Spa Night," held at the Rock Spa® every Saturday--except during the "Children of the 80s" parties--from 7 p.m. to midnight. This oasis of peace and tranquility hosts an event that is a must for anyone looking for new sensations, a totally different way to enjoy the Rock Spa at Hard Rock Hotel Tenerife. The cocktail corner offers natural smoothies made with seasonal fruits and the best cocktails and good-old-fashioned mixed drinks at the hotel, not to mention the live DJ playing chill-out music.

The hotel restaurants are another of the big attractions at this unique resort. On the one hand, Narumi shows off its delicacies, which are cooked on the spot on its teppanyaki grill and combining Asian specialities with a choice cocktail menu, plus grilled seafood, tempura and sushi. Montauk Steakhouse specializes in prime quality beef. The Beach Club offers unique flavors and amazing dreamlike views of the lagoon, while Third Half reclaims its space with several giant screens, Premium drinks and a menu full of Tex-Mex dishes. At Ali-Olé you'll find the best Mediterranean cuisine and typical Spanish dishes.

Every Thursday, starting at 20:30, The Sixteenth, Hard Rock Hotel Tenerife's best sky lounge, hosts its "In Heaven" cooking show. This multisensory experience is pure heaven for diners, ensuring an unforgettable evening. The unique gourmet experience is accompanied by a quality show that revolutionizes the island every Thursday throughout the month of October. •

**THE SIXTEENTH,
HARD ROCK HOTEL
TENERIFE'S BEST
SKY LOUNGE, HOSTS
ITS "IN HEAVEN"
COOKING SHOW
EVERY THURSDAY. /
ESP. THE SIXTEENTH,
EL SKY LOUNGE DE
HARD ROCK HOTEL
TENERIFE, ACOJE
CADA JUEVES SU
ESPECTÁCULO
GASTRONÓMICO "IN
HEAVEN"**





Spa Night is one of the most innovative shows at Hard Rock Hotel Tenerife. / **ESP.** Las Spa Nights son uno de los espectáculos innovadores del Hard Rock Hotel Tenerife.

GUESTS SEEKING NEW SENSATIONS SHOULD MAKE SURE TO VISIT THE ROCK SPA. / **ESP. EL ROCK SPA ES UNA CITA IMPRESCINDIBLE PARA AQUELLOS QUE BUSCAN NUEVAS SENSACIONES**



ESP. UN HOTEL DE SENSACIONES. El Hard Rock Hotel Tenerife es un hotel para celebrar. Como sus Spa Night en el Rock Spa® todos los sábados -excepto cuando se celebra Children of the 80's- a partir de las 19 horas y hasta la medianoche. En este oasis de calma y serenidad sucede una cita imprescindible para todos aquellos que buscan nuevas sensaciones, una manera totalmente diferente de disfrutar del Rock Spa de Hard Rock Hotel Tenerife. El córner de cócteles ofrece smoothies naturales a base de frutas de temporada, la mejor coctelería del hotel y los combinados de siempre mientras un dj en directo pone música a ritmo de chill-out. Los restaurantes del hotel son otra de las grandes atracciones de este complejo único. Por un lado, Narumi hace gala de sus delicias cocinadas al momento en el Teppanyaki y combina las especialidades asiáticas con una selecta carta de cócteles, así como mariscos grillados, tempuras y sushi. El Montauk Steakhouse está especializado en carnes de vacuno de primera calidad. Y The Beach Club propone degustaciones únicas mirando a la laguna y rodeado por unas vistas soñadas. Además, Third Half reclama su espacio con sus múltiples pantallas gigantes, bebidas Premium y carta de platos Tex-Mex. En Ali-Olé se unen la mejor cocina mediterránea y platos típicos españoles. The Sixteenth, el mejor sky lounge de Hard Rock Hotel Tenerife, acoge cada jueves a partir de las 20.30 horas su espectáculo gastronómico In Heaven. Una experiencia multisensorial que consigue trasladar a los comensales a un estado celestial, convirtiendo su noche en una velada inolvidable. Una experiencia gourmet única combinada con la gran calidad de un espectáculo que revolucionará la isla cada jueves hasta el mes de octubre. ●

Costa Mujeres

THE UNEXPLORED LUXURY OF CANCUN

PARADISIACAL
LANDSCAPES,
EXCLUSIVITY AND
STATE-OF-THE-ART
ARCHITECTURE.

Paisajes paradisíacos, exclusividad y vanguardia arquitectónica se dan la mano en Costa Mujeres.

Set in a privileged location northeast of the Yucatan Peninsula, Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa stands out for the exotic vegetation of the unspoilt beaches around the hotel, teaming with mangroves and wildlife. The complex features 673 luxurious rooms with balconies or terraces; unique



Interior of one of the
Grand Palladium Costa
Mujeres Resort & Spa's
suites. // Interior de
una de las suites del
Grand Palladium Costa
Mujeres Resort & Spa.



Costa Mujeres



Exclusive views.
Amphitheater (above), the
bathroom of one of the
suites and the pavilions. /
ESP. Vistas del exclusivo
anfiteatro (arriba), el baño
de una de las suites y los
pabellones.

culinary experiences with live entertainment at its à la carte and buffet-style international restaurants, and bars with a select menu of premium drinks. The hotel's architectural design guarantees a pleasant stay. A system of inter-connected canals allows guests to travel around the resort by boat; the buildings have amazing views of the sea, and the staff operates through a discreet network of tunnels, out of sight of the guests. The restaurants, bars, shops, leisure areas and children's clubs are located in The Village: entertainment and cuisine in a single space. •



ESP. EL LUJO INEXPLORADO DE CANCÚN. Situado en una ubicación privilegiada al nordeste de la península de Yucatán, Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa destaca por la exótica vegetación de sus playas vírgenes que enmarca el hotel, con abundancia de manglares, fauna y flora silvestre. Dispone de 673 lujosas habitaciones con balcón o terraza, con experiencias gastronómicas únicas con shows en vivo en los restaurantes internacionales a la carta y tipo buffet, y bares con una selecta carta de bebidas premium. El diseño arquitectónico del hotel garantiza una estancia placentera. Un sistema de canales conecta el resort para el transporte de los huéspedes en barco. Los edificios brindan maravillosas vistas sobre el mar y el staff opera a través de una discreta red de túneles, apartados de la vista de los huéspedes. Los restaurantes, bares, tiendas, zonas de ocio y clubs para niños se encuentran en The Village: el entretenimiento y la gastronomía en un espacio único. •

¿SABES QUE ESTÁS
A UN CLICK DE TUS
VACACIONES SOÑADAS?

CONOCE A *Miss VIP*
Y SU PAQUETE DE BIENVENIDA



Webcome Package

Reserva tu estancia a través de nuestra web y aprovecha las ventajas exclusivas del paquete de bienvenida que te ofrece **Palladium Hotel Group** en los destinos más paradisíacos de América y el Caribe.

Disfruta de todos estos beneficios:

- 15% de descuento en Zentropia Palladium Spa & Wellness
- Selección de frutas en la habitación
- Botella de licor de cortesía
- Check-out tardío gratuito
- Traslados desde y hacia el aeropuerto

Reserva ahora.

PALLADIUMHOTELGROUP.COM +34 971 926 486

Promoción sujeta a términos y condiciones que pueden variar según el destino y puedes consultar en nuestra web.

PALLADIUM
HOTEL GROUP



View of the turtle camp and one of its creatures. / **ESP.** Vista del campamento tortuguero y una de las crías.



TURTLE CAMP AT GRAND PALLADIUM HOTELS & RESORTS ON THE MAYAN RIVIERA

CAMPAMENTO TORTUGUERO GRAND PALLADIUM HOTELS & RESORTS EN RIVIERA MAYA

Grand Palladium Hotels & Resorts in the Mayan Riviera has 3 hotels located on Kantenah Bay. This bay is a very important nesting area for marine turtles, particularly two species: the loggerhead sea turtle (*Caretta caretta*) and the green sea turtle (*Chelonia mydas*). Because of its characteristics, the area is ideal for these two species, which is why, every year, from May to October, it's nesting season. Starting in 2012, Grand Palladium Hotels & Resorts set up a turtle camp called "Kantenah" with all the required government permits. The camp employs qualified personnel who are trained to look after this type of site. The entire bay is patrolled day and night in order to help the turtles that come to nest. This project no doubt offers an added value that increasingly affirms the

property's philosophy of sustainability. The work of patrolling has been carried out since this project began in 2012, and between 2012 and 2016 we counted 4,722 nests and released a total of 446,890 baby turtles. So far in 2017, until the month of October, we have counted a total of 1,482 nests and released 126,999 baby turtles into the wild. By the end of the season, we'll have released over half a million baby sea turtles. This is no doubt an eco-friendly project as these species are currently in danger of extinction. The management at Grand Palladium Hotels & Resorts is convinced that this is the right way to ensure sustainability and that very soon, we will have many more turtles arriving on our beaches from the generation we released and looked after during their incubation.

NOTICIAS
news
Enviroment



Turtles arriving at the camp and images of eggs in the sand. / **ESP.** Llegada de las torgugas al campamento e imágenes de los huevos en la arena.



ESP. Grand Palladium Hotels & Resorts en Riviera Maya cuenta con tres hoteles situados en la Bahía de Kantenah. Esta bahía es una importante zona de anidación de tortugas marinas, principalmente de dos especies, Caguama (*Caretta caretta*) y Blanca (*Chelonia mydas*). Por sus características, la zona es ideal para estas especies por lo que, cada año, desde mayo hasta octubre, acoge la temporada de anidación. Desde el año 2012, Grand Palladium Hotels & Resorts ha establecido el campamento tortuguero denominado 'Kantenah', que cuenta con los permisos estatales. Además, dispone de personal capacitado y calificado para atender este campamento. Se patrulla toda la bahía, tanto de día como de noche, para dar asistencia a las tortugas que decidan desovar. Sin duda esta labor ofrece un valor añadido, lo que hace que la filosofía de sostenibilidad de la propiedad se acentúe cada vez más. El proyecto se puso en marcha en 2012, y desde entonces y hasta 2016 se contabilizaron 4.722 nidos y un total de 446.890 crías liberadas. En 2017, hasta el mes de octubre, se llevan contabilizados un total de 1.482 nidos y 126.999 crías liberadas. A finales de la temporada tendremos más de medio millones de tortuguitas liberadas. Sin duda es una labor ecoamigable puesto que estas especies, actualmente, se encuentran en peligro de extinción. La Dirección del Grand Palladium Hotels & Resorts está convencida de que es el camino correcto hacia la sostenibilidad y que muy pronto tendremos de vuelta a nuestras playas a unas cuantas tortugas desovando de aquellas que hemos liberado y cuidado durante su incubación.



DISCOVER OUR CLUB
descubra nuestro club



Discover our club // Descubra nuestro club

Palladium Travel Club is ready to pamper you and treat you like you deserve

palladiumtravelclub.com



AT TRS
HOTELS, OUR
MEMBERS
GET LUXURY
SERVICE, PER-
SONALIZED
TREATMENT,

special amenities, access to exclusive areas at our beach clubs, and a chance to enjoy the new Ambassador suites, available for members only. TRS Hotels and Palladium Travel Club are ready to pamper you!



TRAVEL CLUB ESTÁ LISTO PARA CONSENTIRTE Y TRATARTE COMO TE MERECE. Nuestros socios en TRS Hotels recibirán un servicio de lujo, atención personalizada, amenidades especiales, acceso a áreas exclusivas en nuestros beach clubs y podrán disfrutar de las nuevas suites Ambassador, disponibles solo para socios. ¡TRS Hotels y Palladium Travel Club están listos para consentirte al máximo!

*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.

MEMBERS TAQUIZA & MEMBERS GRILL



With the clear intention of pampering our members at the Mayan Riviera resort, we're inaugurating a weekly Mexican dinner exclusively for them. The evening will begin in our Members' Lounge with a sampling of the ultimate Mexican drink: tequila. We'll explain its origins and history and present the different tequila varieties available. Having whetted our appetites, the seaside Las Olas

Restaurant serves as the host for this special dinner composed of typical Mexican dishes, seafood and salads, and served in a festive atmosphere in a décor typical of the region, including hats, sarapes and traditional table cloths. Of course, the dinner also includes delicious desserts and coffee. A mariachi band will liven up the evening, happily singing traditional Mexican songs.

ESP. MEMBERS TAQUIZA & MEMBERS GRILL
Con el firme propósito de mirar a nuestros socios en Riviera Maya, inauguramos una cena semanal de estilo mexicano exclusiva para ellos. La velada comienza en nuestro Members Lounge con una degustación de la bebida mexicana por excelencia: el tequila. Se informa sobre el origen, la historia y se presentan las distintas variedades de tequila. Ya abierto el apetito, a la orilla del mar el restaurante 'Las Olas' se convierte en la sede de una cena especial conformada por platillos típicos mexicanos, mariscos y ensaladas. En un ambiente de fiesta con decoración regional con sombreros, zarapes y manteles tradicionales. Por supuesto, no podrían faltar los ricos postres y el café. Los mariachis amenizan con su alegría mientras entonan las melodías tradicionales mexicanas.

DISCOVER OUR CLUB

descubre nuestro club



MEMBERS GRILL AT PUNTA CANA

On the other hand, in Punta Cana, we're organizing the "Members' Grill" in a privileged spot on the beach where our members can enjoy an excellent variety of grilled meats as well as a special selection of wines and cheese, while delighting in listening to the live band. It's the perfect evening to share as a couple or as a family, as the stars in this natural setting form the ideal backdrop. It's an event you just cannot miss! We're expecting you!

ESP. Por otro lado, en Punta Cana se organiza una vez por semana el 'Members Grill', en una zona privilegiada cerca de la playa donde nuestros socios disfrutan de una excelente variedad de carnes asadas al grill, además de una excelente selección de vinos y quesos. Y mientras una banda en vivo les deleita con su música. Es una velada perfecta para compartir en pareja o en familia, ya que las estrellas son la decoración perfecta en este escenario natural. ¡Es un evento que no te puedes perder! ¡Te esperamos!

Love is in the air at our resorts. Share your emotions at our party

El amor está en el aire en nuestros resorts. Comparta sus emociones en nuestra fiesta



SIGNATURE RESIDENCES, COMFORT, AND PRIVACY FOR OUR CLUB MEMBERS

Sólo con Palladium Travel Club tendrás la oportunidad de vivir y disfrutar nuestras Signature Residences, creadas para el mayor confort, privacidad y comodidad para tu familia.

- Room Service 24 hrs.
- Transporte directo hasta la Signature Residence
- Check-in dentro de la Signature Residence
- Amenidades exclusivas
- Botella de Champagne a su llegada
- Múltiple variedad de botellas de licores premium, botella de vino tinto Scielo, amenidades de café y cafetera Dolce Gusto.
- Arreglos florales tropicales
- Transportación con carritos Travel Club dentro del complejo
- Reservas en restaurantes temáticos ilimitadas
- Acceso a la zona TRS Hotels (sólo adultos)
- Acceso a Zonas húmedas del Spa (sólo adultos)
- Check-out desde la Signature Residence

ESP. Sólo con Palladium Travel Club tendrás la oportunidad de vivir y disfrutar de nuestras Signature Residences, creadas para el mayor confort, privacidad y comodidad para tu familia.

- Room Service 24 hrs.
- Transporte directo hasta la Signature Residence
- Check-in dentro de la Signature Residence
- Amenidades exclusivas
- Botella de Champagne a su llegada
- Múltiple variedad de botellas de licores premium, botella de vino tinto Scielo, amenidades de café y cafetera Dolce Gusto.
- Arreglos florales tropicales
- Transporte con carritos Travel Club dentro del complejo
- Reservas en restaurantes temáticos ilimitadas
- Acceso a la zona TRS Hotels (sólo adultos)
- Acceso a Zonas del Spa (sólo adultos)
- Check-out desde la Signature Residence

Enjoy the privileges of Palladium Travel Club membership

Disfrute de los privilegios de ser parte de Palladium Travel Club

Vacationing at the best destinations in the Caribbean and Spain with exclusive special Travel Club rates. You won't just be joining a travel club, you'll become a part of the Palladium Hotels and Resorts family. Over 10.000 Palladium Travel Club members have decided to enjoy their dream vacation with us. You can join our Club too! Please take a moment to learn about some of the unique benefits our members value the most:

Veranear en los mejores destinos del Caribe y España con privilegios exclusivos y tarifas especiales Travel Club. Más que pertenecer a un club de viajes será miembro de la familia Palladium Hotels and Resorts. Palladium Travel Club cuenta con más de 10.000 socios que han apostado por tener las vacaciones de sus sueños con nosotros. ¡Usted también puede formar parte de nuestro Club! Le invitamos a que conozca los beneficios exclusivos que más valoran nuestros socios:

Free private airport-hotel-airport transfer
Traslado privado gratis aeropuerto-hotel-aeropuerto

Exclusive areas for members at our Grand Palladium resorts
Áreas exclusivas para socios dentro de nuestros complejos Grand Palladium

Exclusive rooms for members
Habitaciones exclusivas para socios

Private check-in Check-in privado

Discounts and treatments at our Zentropia Spa
Tratamientos y descuentos en nuestro Spa Zentropia

Special anniversary or birthday dinner
Cena especial de aniversario o cumpleaños

Palladium Money to spend on Palladium services and products Dinero Palladium para gastar en servicios o productos Palladium

Free tours Excursiones gratuitas

Exclusive gifts and amenities Regalos y amenidades exclusivas



RIVIERA NAYARIT, EXCLUSIVE SUITES FOR OUR MEMBERS

The Nayarit Riviera is inaugurating three Ambassador Suites and a Signature Residence exclusively for members, thus expanding members' options at this beautiful vacation destination. Similarly, we will be setting up a new reception area to offer more personalized check-in upon arrival in an area that is already very welcoming.

ESP. En Riviera Nayarit se inaugurarán tres habitaciones Ambassador y una Signature Residence, exclusivas para socios, brindando una opción más en este hermoso destino para veranear. Asimismo, se habilitará una nueva recepción donde se les brindará un check-in más personalizado a su llegada en un área además muy acogedora.

DISCOVER OUR CLUB

descubre nuestro club

EXCLUSIVE SPA AREA FOR PTC MEMBERS



We realize that for our members, relaxation is key. That is why we have installed air-conditioned Zentropia Palladium Spa & Wellness massage cabins exclusively for Travel Club near the pools. That way our guests can enjoy this service without having to leave the beach area.

ESP. ÁREA DE SPA EXCLUSIVA PARA SOCIOS PTC. Sabemos que la relajación es esencial para nuestros socios, y por eso hemos incorporado cabañas de masaje de Zentropia Palladium Spa & Wellness, exclusivas para socios Travel Club, equipadas con aire acondicionado y situadas en el área de piscinas. De esta forma nuestros huéspedes pueden disfrutar de este servicio sin tener que desplazarse fuera de la zona de playa.

MORE FREE TOURS FOR OUR PARTNERS



We've included the cabaret show "RAUXA" in the free tours for our members at Mayan Riviera. We invite you to experience the unfettered madness of "Rauxa." Meanwhile, in Punta Cana, we've incorporated the "La Hacienda Park" excursion. And we're planning to add new tours for 2018!

ESP. MÁS TOURS GRATUITOS. Hemos incluido el show de cabaret 'RAUXA' en los tours gratuitos para nuestros socios en Riviera Maya. Dé rienda suelta a la locura y viva la experiencia Rauxa. Y en Punta Cana se ha incluido la excursión a 'La Hacienda Park'. ¡Tenemos contemplado agregar nuevos tours para el 2018!



PALLADIUM TRAVEL CLUB INVITES YOU TO CELEBRATE THE 2018 ANNUAL TRAVEL CLUB MEMBERS' PARTY IN PUNTA CANA!

Our headquarters will be none other than the island home of merengue, bachata, güira and accordions. We'll dance there to all those rhythms at our third big annual Palladium Travel Club members' party. In the days leading up

to the event, you can enjoy the wide-range of activities organized to celebrate our anniversary week. Our partners expect many surprises, tastes, much heat and a lot of fun! Enjoy.

ESP. ¡PALLADIUM TRAVEL CLUB TE INVITA A CELEBRAR LA FIESTA ANUAL DE SOCIOS TRAVEL CLUB 2018 EN PUNTA CANA!

Nuestra sede es nada más y nada menos que la isla del merengue, la bachata, la güira y el acordeón y allí bailaremos al compás de estos ritmos, en nuestra tercera gran fiesta anual de socios Palladium Travel Club. En los días previos al evento, disfrutará de diversas actividades que acompañarán la semana de aniversario. A nuestros socios les aguardan múltiples sorpresas: sabor, calor ¡y mucha, pero que mucha diversión! Que disfruten.

Ser una de las cadenas hoteleras más influyentes del mundo, significa tener mucho más que hoteles.

Punta Cana, República Dominicana.

EXPERIENCIAS
BELLEZA
LUJO
EXCELENCIA
COMPROMISO
CONOCIMIENTO
FUERZA
GRATITUD
DEVOCIÓN

LO TENEMOS TODO.
Y lo DAMOS todo.

De Ibiza al mundo entero.

WE HAVE IT ALL

PALLADIUM
HOTEL GROUP



+34 971 926 486

PALLADIUMHOTELGROUP.COM



Where
DÓNDE

INFORMATION AND RESERVATIONS

www.palladiumhotelgroup.com

Palladium
Hotels
& Resorts
APP



Available on the
App Store



Google play

1 hotels

Nayarit
Riviera

1 hotel

Santo
Domingo

4 hotels

Mayan
Riviera

4 hotels

Punta
Cana

2 hotels

Lucea
Montego
Bay

MEXICO

JAMAICA

DOMINICAN
REPUBLIC

BRAZIL



Grand Palladium Kantenah Resort & Spa

The perfect combination of exclusivity and nature on the Mayan Riviera. / **ESP.** La combinación ideal de exclusividad y naturaleza en la Riviera Maya.



Grand Palladium Imbassaí Resort & Spa

An unforgettable all-inclusive in Salvador de Bahia. / **ESP.** Un inolvidable 'todo incluido' en Salvador de Bahía.

1 hotel

Imbassaí



Grand Palladium Bávaro Suites Resort & Spa

Private beach and two golf courses in Punta Cana. / **ESP.** Playa privada y dos circuitos de golf en Punta Cana.

3 hotels
Madrid

3 hotels
Oviedo

3 hotels
Barcelona

12 hotels
Ibiza

1 hotel
Valencia

1 hotel
Tenerife

SPAIN

ITALY

1 hotel
Menorca

1 hotel
Córdoba

1 hotel
Sevilla

2 hotels
Sicily



Ayre Hotel Astoria Palace

An exemplary hotel in the heart of Valencia. / **ESP.** Un hotel emblemático en el corazón de Valencia.



Fiesta Sicilia Resort

Mediterranean harmony and exuberance. / **ESP.** Armonía y exuberancia mediterráneas.



TRS Yucatan Hotel

Tropical luxury with fabulous beaches and huge pools. / **ESP.** Lujo tropical con magníficas playas y grandes piscinas.

GRAND PALLADIUM WHITE ISLAND RESORT & SPA



TRs
HOTELS

TRS HOTELS
by Palladium

MEXICO. Mayan Riviera

TRS YUCATAN HOTEL

by Palladium ★★★★★

Carretera Chetumal-Puerto Juárez Km,
256-100, 77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya
(Mexico)

Phone: +52 9848 772100

MEXICO. Cancun

TRS CORAL HOTEL ★★★★★

Costa Mujeres, Cancun
(Coming Fall 2018))

DOMINICAN REPUBLIC. Punta Cana

TRS TURQUESA HOTEL

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

MEXICO. Nayarit Riviera

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

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



GRAND PALLADIUM LADY HAMILTON RESORT & SPA

MEXICO. Cancun

**GRAND PALLADIUM
COSTA MUJERES
RESORT & SPA ★★★★★**

Costa Mujeres, Cancun
(Coming Fall 2018)

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, Condominio
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



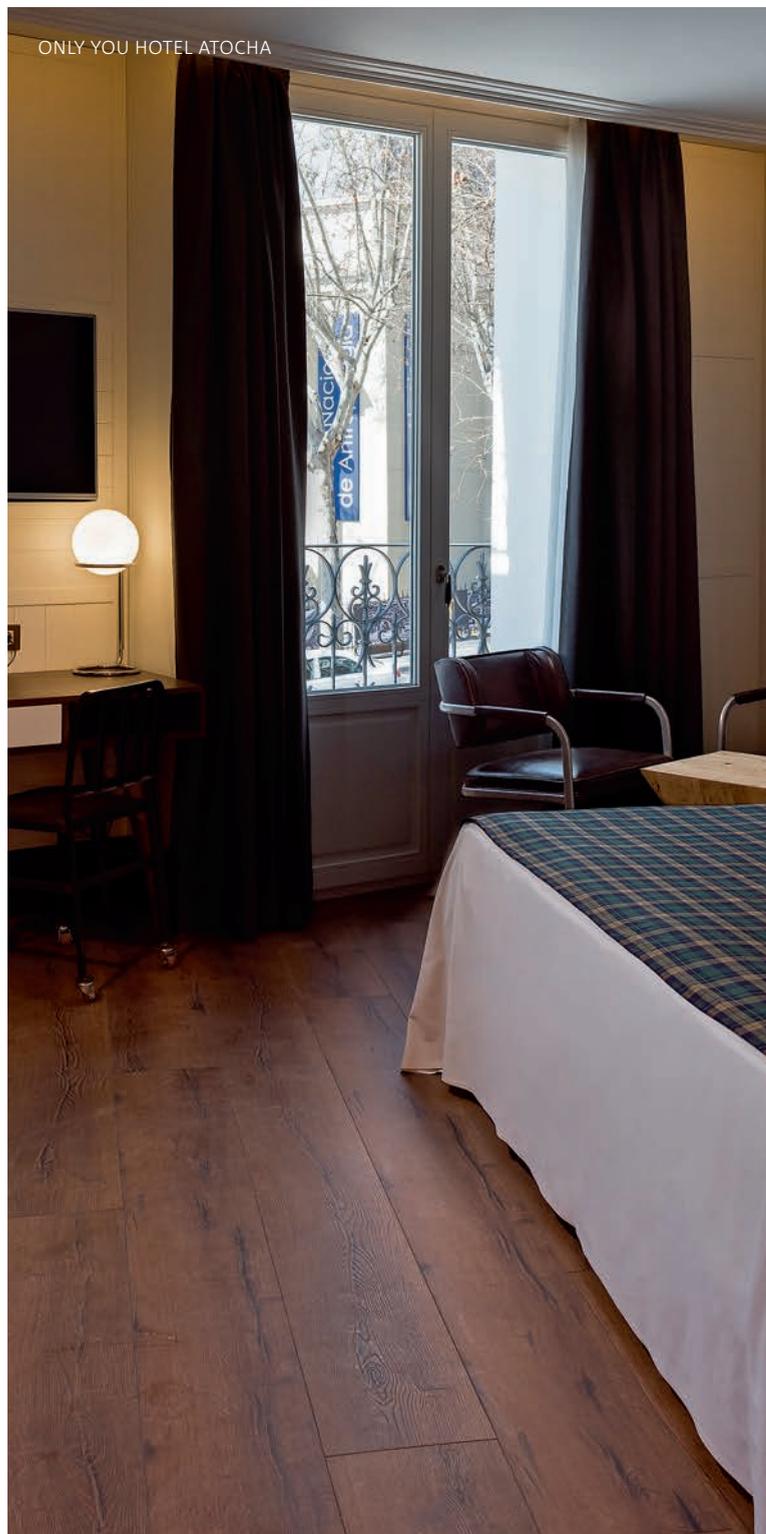
PALLADIUM
BOUTIQUE HOTELS

SPAIN. Ibiza

AGROTURISMO SA TALAIA

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

ONLY YOU HOTEL ATOCHA





FIESTA HOTELS & RESORTS

SPAIN. Ibiza

FIESTA HOTEL CALA GRACIÓ ****

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

FIESTA HOTEL TANIT ***

Crta. 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 Canar, 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

AGROTURISMO SATALIA





USHUAÏA IBIZA
BEACH HOTEL

SPAIN. Ibiza

THE USHUAÏA CLUB *****

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

THE USHUAÏA TOWER *****

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

**Only
YOU**
HOTELS ONLY YOU HOTELS

SPAIN. Madrid

ONLY YOU BOUTIQUE HOTEL MADRID****

Calle Barquillo, 21, 28004, Madrid
Phone: +34 91 005 22 22

ONLY YOU HOTEL ATOCHA ****

Paseo de la Infanta Isabel, 13, 28014 Madrid
Phone: +34 910 05 27 46

A Y R E
HOTELS AYRE HOTELES

SPAIN. Madrid

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
(LICENSED BRAND)

SPAIN. Ibiza

HARD ROCK HOTEL IBIZA *****

Carretera Platja 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.





In Search of

BY **Jordi Teixeira**

Spanish Gold

HURRICANES, PIRATES AND OPEN WAR ON THE SEA. THERE IS A CONSIDERABLE AMOUNT OF SPANISH GOLD AT THE BOTTOM OF THE CARIBBEAN AND IT'S ESTIMATED THAT THERE COULD BE SOME 500 SHIPWRECKS OFF THE COAST OF DOMINICAN REPUBLIC AND HAITI.

HURACANES, PIRATAS Y GUERRA ABIERTA SOBRE EL MAR. IMPORTANTES YACIMIENTOS DE ORO ESPAÑOL PERMANECEN EN LAS PROFUNDIDADES DEL CARIBE Y SE CALCULA QUE EN LAS COSTAS DE REPÚBLICA DOMINICANA Y HAITÍ PODRÍA HABER HASTA 500 PECIOS.

The Secrets of the Dominican Republic

Los secretos de República Dominicana

In July of 1641, the port of Veracruz had truly become a buzzing hive. Thirty ships from Spain's West Indies Fleet were waiting to set sail, they could not leave until their holds were fully loaded. Spices, silks, gold, silver, and the finest bone china, acquired through trade in Manila or Acapulco, gradually filled the enormous bellies of these gigantic galleons. Work at the docks was frantic: entire vessels up to 131 feet long and 32 feet wide, sunk their waterlines in the Caribbean Sea under the immense weight of the riches they carried. Their destination: the ports of Spain. More specifically, Seville, and later, Cadiz. Even so, in Veracruz a 600-ton galleon named Our Lady of Clean and Pure Conception built 20 years earlier in Havana, filled its insatiable stomach along with the rest: 25 tons of gold and silver; several thousand Philip IV coins made from the metals extracted from the mines of Mexico and Potosí; a shipment of Ming Dynasty porcelain; the jewels and other belongings of none other than Hernán Cortés' widow, plus all the extra-official gold and silver contraband typically transported during these voyages. The vessel set sail for Spain along with the rest of the fleet, stopping in Havana to make some repairs and, after passing through the Old Bahama Channel, a fearsome hurricane destroyed a large part of the fleet and made the rest scatter. Our Lady of the Clean and Pure Conception ended up with a broken mast, adrift at sea at the mercy of the currents over 75 miles from Hispaniola, current-day Dominican Republic. On November 30th, the ship crashed violently against a submerged reef, causing several leaks. Captain Villavicencio ordered the crew to evacuate the boat, but there was a mutiny on board led by those who felt the galleon should not be abandoned. The Conception crashed against the coral reef again and, after several days of uncertainty, its stern gave way and the entire boat succumbed under the sea, sinking beneath the coral reef. Of the 500-man crew, 200 survived.

The stories the survivors told left no room for doubt. The boat contained more riches than its hold could carry. For 40 years no search expedition succeeded in finding the vessel...until in 1687 Captain William Phips met one of the survivors. In exchange for a share of the loot, he revealed the wreck's location. Phips did not hesitate: he chartered two boats and set sail for Hispaniola. There, he took part in a parody to dupe Spanish authorities and, while pretending to be doing trade at the port, he sent another vessel off with his friend Captain Francis Rogers to the place where the shipwreck lay. The operation was smooth as silk and Rogers found what he was looking for. The boat had only sunk down 15-meters deep, so, at low tide, some parts of it, like the cannons, protruded amid the coral

Spices, silks, gold and silver through trade in Manila or Acapulco filled the galleons. // Especies, sedas, oro y plata del comercio con Manila y Acapulco, llenaban los galeones.

THE MAJORITY OF WRECKS REST UNDER THE SEA // LA MAYORÍA DE LOS PECIOS DESCANSAN BAJO EL MAR

Era un mes de julio de 1641 y el puerto de Veracruz se había convertido en un auténtico hervidero. 30 buques de la Flota de la Nueva España esperaban el momento de partir y no lo harían hasta que sus bodegas estuvieran repletas. Especies, sedas, oro, plata y la más fina porcelana china, provenientes del comercio con Manila y Acapulco, llenaban gradualmente las enormes panzas de aquellos gigantes galeones. El trabajo en los muelles era frenético: embarcaciones enteras, de hasta 40 metros de eslora y diez de manga, hundían sus líneas de flotación en las aguas del Caribe, bajo el inmenso peso de las riquezas que portaban. El destino, los puertos de España. Más concretamente Sevilla y, más tarde, Cádiz. Así que aún en Veracruz, Nuestra Señora de la Limpia y Pura Concepción, un galeón de 600 toneladas construido en La Habana 20 años atrás, llenaba sus insaciables entrañas junto a los demás: 25 toneladas de oro y plata, varios miles de monedas de Felipe IV extraídas en las minas de México y Potosí, un cargamento de porcelana de la dinastía Ming, las joyas y pertenencias de la mismísima viuda de Hernán Cortés y todo el contrabando de oro y plata extraoficiales que se acostumbraba a portar en estos viajes. El navío zarpó rumbo a España junto al resto de la flota, hizo escala en La Habana para hacer reparaciones y tras pasar el canal de las Bahamas, el temido huracán hundió gran parte de la flota y dispersó el resto. El Concepción quedó desarbolado, arrastrado a capricho de Imar y las corrientes hasta 75 millas de La Española, actual República Dominicana. El 30 de noviembre chocó violentamente contra unos arrecifes y se abrieron varias vías de agua. El capitán Villavicencio ordenó la evacuación del barco, pero hubo un motín a bordo por parte de quienes opinaban que no se debía abandonar el galeón. El Concepción volvió a





Webber found the Concepcion's shipwreck and rescued some 60,000 coins. // Webber encontró el pecio del Concepción y sacó de él unas 60.000 monedas.

ENG | ESP

reef. With help from a group of Carib natives transported there for the occasion, Captain Rogers managed to leave with a significant part of the loot: 34-tons worth of treasure. Phips was granted noble titles in London, became tremendously wealthy, and, ultimately, was named governor of Massachusetts. Captain Rogers' logs make it plainly clear that he had only taken a small portion of the treasure and that the wreck had been, "the richest boat ever to set sail from the Indies," but nobody ever went back there to check...until 1978. Rumors of the Concepcion had been circulating for about a decade and Captain Webber located Rogers' log. After reaching an agreement with Dominican authorities, Webber organized an expedition, found the shipwreck and rescued some 60,000 coins, jewels, etc. To this day, his company continues to search for the missing Ming Dynasty porcelain pieces.

This is just one example of the estimates made with respect to the area surrounding Dominican Republic (and Haiti): there are some 500 shipwrecks to be found off its coasts, many of which date back to the time of the galleons, the gold (whether Spanish or not), and the numerous pirates that cruised the Caribbean. Hunters of

estrellarse contra los arrecifes de coral y tras varios días de incertidumbre, su popa cedió y el barco entero sucumbió bajo el mar, hundiéndose en una grieta de coral. De los 500 tripulantes sobrevivieron 200.

El relato de los sobrevivientes no dejaba lugar a dudas. El barco contenía más riquezas de las que podían contener sus bodegas. Ninguna de las expediciones de búsqueda prosperó y nadie lo encontró durante 40 años... Hasta que, en 1687, el Capitán William Phips conoció a uno de los supervivientes. A cambio de una parte, le reveló la posición. Phips no se lo pensó mucho: fletó dos barcos y los puso rumbo a La Española. Allí participó en una parodia para engañar a las autoridades españolas y mientras pretendía estar comerciando en el puerto, envió al otro navío con su amigo el capitán Francis Rogers al punto del naufragio. La operación salió como la seda y Rogers encontró lo que buscaba. El barco había quedado a tan solo 15 metros de profundidad y con la marea baja, algunas partes de él, como los cañones, sobresalían en el centro del arrecife de coral. Con ayuda de unos indios caribes llevados hasta allí para la ocasión, logró llevarse una parte importante del botín: un tesoro de 34 toneladas. A Phips de se le concedieron títulos nobiliarios de Londres, una inmensa riqueza y, finalmente, el puesto de gobernador de Massachusetts. En los diarios de bitácora del capitán Rogers quedaba claro que no se habían llevado más que una pequeña porción y que aquél era "el barco más rico que jamás zarpó de las Indias". Pero nadie volvió hasta allí para comprobarlo... Hasta 1978. El rumor del Concepción llevaba una década sonando y el capitán Webber localizó el cuaderno de bitácora de Rogers. Tras llegar a un acuerdo con las autoridades dominicanas, Webber organizó una expedición, encontró el pecio y sacó de allí unas 60.000 monedas, joyas, etc. Aún hoy, su empresa busca las desaparecidas porcelanas de la dinastía Ming.

sunken treasures, like Webber (a partner in the famous Odyssey company), often start their investigations doing research at ports and shipping companies, the trade offices of the time. Generally, treasure hunters begin their search for Spanish gold in Seville, at the Casa de Contratación de las Indias (the Indies General Archive), which has detailed records of the names of the ships and their captains, crew, shipments, dates of departure, destinations where they should have arrived...and, sometimes, where they were last seen and how they disappeared. The same thing is true in London, another great power that sailed these seas. The most frequent cause of disappearance were hurricanes, followed by pirates and naval confrontations.

It was also fishermen who, in 2007, noticed another shipwreck off the coast of Catalina Island (Dominican Republic), thanks to the ship's cannons. The ship in question was probably the Quedagh Merchant, an Armenian vessel that had been captured by Captain Kidd and which the Captain had to leave in the hands of his most trusted men at the end of the 17th century. Captain Kidd embarked on a journey to New York hoping to keep the precious treasure safe and pay off his death, but he was put in prison there for piracy. The crew, which had orders to wait in the Caribbean for their Captain for three months, ended up burning down the ship and sinking it in the bay off the island. Captain Kidd was executed that same afternoon in London. His body hung over the Thames for two years. Although search expeditions tried to find the shipwreck, it was never found...until 2007. The shipwreck was to be found under the crystal clear waters of the Caribbean, just 2 meters deep. Today it is a tourist attraction.

These are just some examples of historic ships discovered in the area around Hispaniola. There are many more: some are more modern and better preserved and also have a lot to tell us. Others are artificial shipwrecks, mere tourist attractions. Another great majority rests under the sea, demolished and silent, serving as shelter and landscape for fish, with their treasures scattered far and wide in the shifting sands, which the sea constantly drags from place to place. •



Este es sólo un ejemplo de las estimaciones que se hacen entorno a República Dominicana (y Haití): más de 500 barcos hundidos alrededor de sus costas, muchos de ellos procedentes también de la época de los galeones, el oro español y, cómo no, de la gran cantidad de piratas que patrullaban el Caribe. Los cazadores de tesoros sumergidos como Webber (socio de la famosa compañía Odyssey) suelen comenzar sus pesquisas en puertos y navieras, en las oficinas de comercio de la época. El oro español se busca generalmente en Sevilla, en la Casa de Contratación de las Indias (Archivo de Indias), donde figuran con todo detalle los nombres de los barcos y sus capitanes, tripulantes, cargamentos, fechas de partida, destinos al los que debieron llegar... y a veces, dónde se les perdió de vista y de qué manera. Lo mismo sucede en Londres, la otra gran potencia que surcó estos mares. La causa más repetida de naufragio eran los huracanes, seguidos por los piratas y los enfrentamientos navales.

También fueron los pescadores quienes se percataron de la existencia de otro pecio, gracias a los cañones, en las costas de la isla Catalina (República Dominicana) en 2007. En este caso se trata con toda probabilidad del Quedagh Merchant, un navío armenio que el capitán Kidd había capturado y que tuvo que dejar en manos de sus hombres de confianza a finales del siglo XVII. El Capitán Kidd emprendió un viaje a Nueva York con la intención de poner el preciado tesoro a buen recaudo y pagar deudas, pero allí le esperaba la prisión por piratería. La tripulación, que debía

esperar a su capitán en el Caribe durante tres meses, terminó por quemar y hundir el barco en la bahía de la isla. El Capitán Kidd fue ejecutado más tarde en Londres. Su cuerpo colgó sobre el Támesis durante dos años. Aunque se buscaron los restos del barco, nunca se llegaron a encontrar... hasta el año 2007. Se encontraba bajo las aguas cristalinas del Caribe, a dos metros de profundidad. Hoy es un reclamo turístico. Estos son solo algunos ejemplos de los barcos con historia descubiertos en los alrededores de La Española. Hay muchos más: algunos, más modernos y en mejor estado de conservación, tienen también mucho que decir. Otros son pecios artificiales, meras atracciones turísticas. Otra gran mayoría descansan bajo el mar, despanzurrados y silenciosos, sirviendo de refugio y paisaje a los peces, con tesoros desperdigados a lo largo y ancho de kilómetros de arenas movidas y removidas infinitamente por el mar. •



NEYMAR

The man with the world at his feet

FROM HUMBLE BEGINNINGS IN A SHABBY AREA OF BRAZIL WHERE HIS FAMILY SHARED A SINGLE MATTRESS TO THIS SUMMER SIGNING A TRANSFER DEAL WITH ONE OF THE MOST GLAMOROUS FOOTBALL TEAMS IN THE WORLD WORTH A COOL \$600 MILLION. IT'S A STORY BEFITTING HOLLYWOOD...

DESDE SUS HUMILDES ORÍGENES EN UNA REGIÓN POBRE DE BRASIL DONDE SU FAMILIA COMPARTÍA UN ÚNICO COLCHÓN, HASTA LA FIRMA ESTE VERANO DE UN ACUERDO DE TRASPASO A UNO DE LOS EQUIPOS DE FÚTBOL MÁS GLAMUROSOS DEL MUNDO POR LA FRIOLERA DE \$600 MILLONES. ES UNA HISTORIA DIGNA DE HOLLYWOOD...

BY

Dan Prince



ENG | ESP

Neymar da Silva Santos Júnior was born in the poor Sao Paulo suburb of Mogi das Cruzes, a few blocks from the local dump on February 5th 1992. His father Neymar Sr had been a footballer himself but had given up on his failing career when his son came along, eventually having to work three different jobs to make ends meet. Unpaid bills meant regular power outages at home and at one point they moved in with Neymar's grandparents to save money with everyone cramming into one tiny bedroom. But none of this mattered to the family as they knew the boy was gifted. And that gift was football.

Neymar was just two years old when he started showing an interest in the game, a ball never left his side, even in bed; "A ball is like the most jealous woman in the world. If you do not treat her well, she will not love you and she can even hurt you" he says.

At the age of 7 whilst playing on the Sao Vicente beach he was spotted by Betinho dos Santos, a local talent scout. "He already had agility and coordination even at that age" he recalls, "but then he started doing some tricks with the ball – tricks that a normal kid would never do. He even had the swagger, I had never seen anything like it in my life and I have seen thousands of footballers."

Transfixed, Betinho began taking him to futsal, Brazil's brand of indoor football that puts a premium on technical skills which so many great South American footballers began their playing days with. It's a game Neymar owes a lot to; "I always played a lot with a ball as a child, be it on the beach or in the street, but it was on the futsal pitch where I learnt the basics. It makes you think very quickly with short swerves, quick passing and shooting which was brilliant for a forward like myself."

Word about this phenomenon started to spread, soon reaching Santos, the area's most famous football team and former home of Pele. "I was amazed by what I saw that first time" admitted Antonio Lima,

CON EL MUNDO A SUS PIES, Neymar da Silva Santos Júnior nació pobre el 5 de febrero de 1992 en el suburbio de Mogi das Cruzes, en Sao Paolo, a unas pocas manzanas del vertedero local. Su padre, Neymar Sr, también había sido futbolista, pero renunció a su carrera fallida al nacer el niño y tuvo que hacer malabares combinando tres trabajos distintos para llegar a fin de mes. En casa les cortaban la luz con cierta frecuencia por no pagar las facturas y, para ahorrar dinero, en un momento dado tuvieron que irse a vivir con los abuelos de Neymar, compartiendo una sola habitación minúscula. Pero nada de esto importaba a la familia, ya que sabían que el niño tenía un don. Y ese don era el fútbol.

Neymar tenía sólo dos años cuando empezó a mostrar interés por el deporte. Siempre llevaba una pelota, incluso a la cama: "La pelota es como la mujer más celosa del mundo. Si no la tratas bien, no te querrá e incluso puede hacerte daño", dice Neymar.

A los siete años fue descubierto por Betinho dos Santos, un cazatalentos local, mientras jugaba en la playa de Sao Vicente. "Ya a esa edad era ágil y coordinaba los movimientos," recuerda, "pero entonces empezó a hacer trucos con la pelota -trucos que un niño normal jamás haría-. Hasta se pavoneaba de ello, no había visto nada semejante en mi vida, y eso que he visto a miles de futbolistas."

Betinho quedó estupefacto y empezó a llevarle a jugar futsal, una especie de fútbol sala brasileño donde priman las habilidades técnicas y donde muchos grandes jugadores sudamericanos empezaron sus carreras. Neymar le debe mucho a este deporte: "De niño estaba siempre jugando a la pelota, o bien en la playa o en la calle, pero es en la pista de futsal donde aprendí los fundamentos. Te obliga a pensar muy rápido con giros bruscos, pases rápidos y lanzamientos, y esto para un delantero como yo era genial."

La gente empezó a hablar de este fenómeno y esto pronto llegó a los oídos del Santos, uno de los equipos de fútbol más famosos de la zona y antiguo hogar de Pelé. "Lo que ví esa primera vez me alucinó," admite Antonio Lima, el primer entrenador de juventud de Neymar y el hombre responsable de enseñarle a jugar con

From the back streets of Brazil to the PSG Parc des Princes. // Desde las calles de Brasil hasta el PSG del Parc des Princes.

**“A BALL IS LIKE
THE MOST
JEALOUS
WOMAN IN
THE WORLD”
// “LA PELOTA
ES COMO LA
MUJER MAS
CELOSA DEL
MUNDO”**

MEDALS



MILLION DOLLAR BABY

Whilst his son became the first Brazilian athlete to grace the cover of TIME magazine and billed as 'the next Pele', Neymar Sr. oversaw all business activities, investments and high profile sponsorship deals. Rough estimates suggest that once the recent PSG transfer was signed, his father will have earned around \$140 Million from his son's talents in the past six years alone. // Mientras Neymar se convertía en el primer atleta brasileño en aparecer en la portada de la revista TIME, aclamado como "el nuevo Pelé," su padre se ocupaba de supervisar su negocio, sus inversiones e importantes acuerdos de patrocinio. Según un cálculo aproximado, después de firmar su reciente traspaso a PSG, sólo en los últimos seis años el padre habrá ganado unos \$140 millones gracias al talento de su hijo.





Exceptional skills with both feet

Habilidades con los dos pies

1

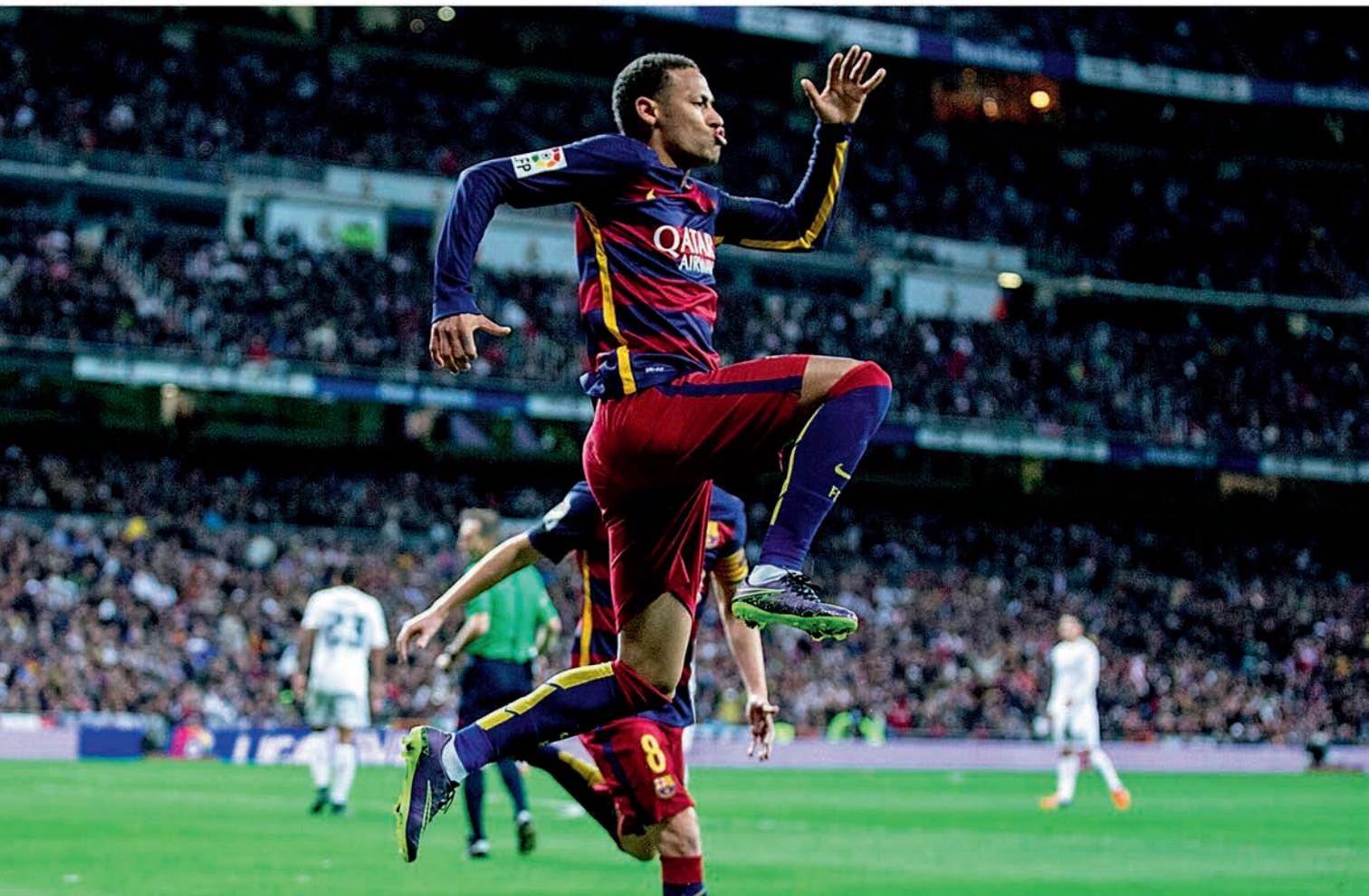
The PSG fans worship him already. // Los fans del PSG ya lo adoran.

2

His new PSG team mates welcome him. // Sus nuevos compañeros del PSG le dan la bienvenida.

3

Neymar has made a flying start in France (below). // Neymar ha comenzado a volar en Francia (abajo).





ENG | ESP

Neymar's first youth coach and the man responsible for teaching him to play with both feet. The result? Simply spectacular. That wonderful rocket of a left-footed shot for Brazil against Spain in the Confederations Cup Final 2013? It didn't happen by pure luck, instead, years and years of training and practicing with his left-foot was required. After the final whistle Lima sent Neymar a text message that read: "Not bad for someone who did not want to shoot with their left."

2017 though was the year of change and whilst rumors of big moves away were ever present, it was the greatest Champions League comeback of all-time against his future team PSG that kick started it all. After a 4-0 drubbing in Paris, many branded Barcelona's Champions League dreams as over. But Neymar had different ideas. The 25-year old went on to score two goals and assist one in seven minutes to turn the tide fully in Barcelona's favour. For many he distilled all of his skills and all of his best bits from four seasons into 90 minutes and in doing so, the Brazilian aped his childhood hero Messi with a crucial one-man performance. Yet the take-home image beamed all around the world was of Messi standing on an advertising board at the end being mobbed by the crowd.

"Messi is the star and will always be the star" claimed his father after the game.

Yes, it was time to go.

This summer PSG duly announced that they had met the attacker's release clause of \$265 Million on a five year deal. "This move is for ambition" he claimed as the ink dried. "I want something bigger, a bigger challenge and my heart made that decision and made me follow."

Yes he will have the headlines and the billboards to himself now. But also the hopes and dreams of every fan resting on his shoulders. And maybe that's just how likes it.

los dos pies. ¿El resultado? Simplemente espectacular. Ese maravilloso tiro con el pie izquierdo en el partido de Brasil contra España en la final de la Copa Confederaciones del 2013. No fue una simple cuestión de suerte, sino que fue el resultado de años y años de entrenar y practicar con el pie izquierdo. Después del último pitido, Lima envió a Neymar un mensaje de texto que decía: "No está mal para alguien que no quería tirar con el pie izquierdo."

El 2017 fue el año del cambio, y aunque siempre hubo rumores, pero fue gracias a una de las más emotivas remontadas de la historia de la Champions League contra su futuro equipo, PSG, la que le dió el impulso. Tras la severa derrota de 4-0 en París, muchos daban por muerto el sueño del Barcelona para la Champions. Pero Neymar tenía otros planes. En un espacio de siete minutos, el jugador de 25 años acabó marcando dos goles y asistiendo en otro, dando un vuelco al partido a favor del Barça. Muchos pensaron que en esos 90 minutos había logrado destilar todo tipo de habilidades y todas sus mejores cualidades de las últimas cuatro temporadas, y al hacerlo, el brasileño quiso imitar a su héroe de la infancia, Messi, con un espectáculo individual decisivo. Sin embargo, la imagen que se distribuyó por todo el mundo fue la de un Messi acosado por la masa en una valla publicitaria.

"Messi es la estrella y siempre será la estrella", declaró el padre de Neymar después del partido.

Sí, era hora de irse.

Este verano, el PSG anunció oficialmente que habían pagado los \$265 millones de la cláusula de rescisión del delantero a cambio de un acuerdo de cinco años. "Este traspaso es por ambición", declaró después de firmar. "Quiero algo más grande, mayores retos, y mi corazón tomó esa decisión y me obligó a seguirle."

Sí, ahora tendrá titulares y vallas publicitarias para él sólo. Pero también cargará con las ilusiones y los sueños de todos los forofos sobre sus hombros. Y puede que eso sea lo que más le gusta.

Neymar has been dubbed the new Pele for years. // Durante años, Neymar ha sido apodado el nuevo Pelé.

TRIP TO THE COSA NOSTRA'S SICILY

FOR YEARS AFTER IT FIRST EMERGED, THE SICILIAN MAFIA PROSPERED AND BECAME A TRUE CRIMINAL ORGANIZATION. ITS FAME GREW WHEN IT BEGAN TO EXPAND, ESPECIALLY TO NORTH AMERICA, BUT EVEN MORE SO ONCE IT BEGAN APPEARING IN FILMS AND LITERATURE. TODAY MANY VISITORS TO SICILY FOLLOW THE FOOTSTEPS OF THIS CRIME SYNDICATE...

BY **Jordi Teixeira**



Savoca, where F.F. Coppola filmed 'The Godfather'. / ESP
Savoca, donde F.F. Coppola filmó 'El Padrino'.



En Sicilia nos encontramos con la saga de Francis Ford Coppola.

ENG |

When you buy a ticket to Palermo you can practically hear the slow, heartfelt, catchy melody of Nino Rota's "The Godfather Waltz." Especially if you decide to visit the town of Corleone. It may be a cliché, the result of brainwashing, a Freudian slip, an unfortunate association...but that's the magic and epic potential of cinema: it's international, it reaches everybody, including every social class, turning reality into legend. Especially when it comes to The Godfather (1972), a trilogy that has become an integral part of film history.

The War Against the Mafia

As is often the case, this fiction is based on a very harsh reality; in this case, a scourge that has plagued the island of Sicily for years and has proven very difficult to eradicate. And it's not for lack of trying. Italy has been fighting against the Mafia forever. One of the most enlightening examples of what the Mafia is about took place in 1874: after the "Reunification" of Italy, because of the very high crime rate on the island, the government decided to send in troops. However, instead of improving the situation, the result was that the existing conservative power on the island was toppled. And Sicily changed hands, to be governed by the left. The Cosa Nostra had managed to position itself quite well among the left-leaning factual powers and it was able to consolidate itself politically. It was a skillful move worthy of Puzo's best fictions, as the new government

DURANTE AÑOS, LA MAFIA SICILIANA NACIÓ Y MEDRÓ HASTA CONVERTIRSE EN UNA VERDADERA ORGANIZACIÓN CRIMINAL. SU FAMA CRECIÓ TRAS SU EXPANSIÓN, SOBRE TODO A NORTEAMÉRICA, PERO MUCHO MÁS DESPUÉS DE SER LLEVADA AL CINE Y LA LITERATURA. HOY, MUCHOS VISITANTES CAMINAN TRAS LAS HUELLAS DEL SINDICATO DEL CRIMEN.



On the left, the impressive villa of Trapani. Above, a model poses on an old Sicilian palace. // A la izquierda, la impresionante villa de Trapani. Sobre estas líneas, una modelo posa junto un viejo palacio siciliano.

ESP

V

VIAJE A LA SICILIA DE LA 'COSA NOSTRA'. Uno compra un billete a Palermo y casi escucha esa pegadiza melodía, lenta y sentida, llamada 'The Goodfather Waltz', de Nino Rota. No digamos si decide ir a visitar la localidad de Corleone. Es un cliché, una forma de programación cerebral, un descuido, una relación desafortunada... pero esa es la magia y épica del cine: es internacional, llega a todo el mundo, a todas las clases sociales y convierte la realidad en leyenda. Especialmente cuando hablamos de 'El Padrino' (1972), una trilogía que es parte de la historia del cine.

La lucha contra la mafia

Una ficción que, como siempre, se inspira en la realidad más cruda; en este caso, de la lacra más difícil de erradicar en la isla de Sicilia. Y no porque no se haya intentado. Italia lleva luchando contra la mafia desde siempre. Una de las carambolas más esclarecedoras de lo que es la mafia tuvo lugar en 1874: tras la 'Reunificación italiana', y debido a unos altísimos índices de criminalidad en la isla, el gobierno decidió enviar efectivos militares que, en lugar de arreglar las cosas, acabaron por demoler el poder conservador que había en la isla. Y Sicilia pasó a manos de la izquierda. Dentro de los poderes fácticos de dicha izquierda, la 'Cosa Nostra' se había situado muy bien y supo consolidarse políticamente. La jugada fue tan hábil como en la mejor de las ficciones de Puzo, ya que el nuevo gobierno



One of the scenes from the legendary movie 'The Godfather'. //Una de las escenas de la mítica película 'El Padrino'.

ENG | ESP

was poised to offer Italy a chance to restore peace, law and order. What the government didn't realize is that this was the oldest formula in the world for power, that is to say, it simply came down to persecuting and eliminating all rival clans.

And this brings us back to the beginning, Puzo's novel and the Italian-American Mafia. Back to the moment when the first gangs were started in the United States and Argentina, since, in those days, many Sicilian immigrants were defectors who were very familiar with the Mafia's structure and modus operandi. The second major immigration wave was provoked by Mussolini himself when he put his prefect, Cesar Mori, in charge of completely eradicating all criminal organizations. Mori managed to catch the big capos or bosses, surrounding entire villages, arresting over 500 people and forcing many others to flee. The mistake that led to Mori's dismissal was those arrested included more than a few prominent leaders of the Fascist Party. Sicilian criminal organizations not only refused to disappear, they thrived. And they even did well after the Second World War.

The First Mafiosi

Walking, driving, eating...Visiting Sicily, is a continuous encounter with the Old World. The traveler comes face to face with the crossroads of culture that emerged in the Mediterranean when islands would change hands overnight; with the freshness of Sicily's crops; the hustle and bustle of its streets; the chaos to which its inhabitants are so accustomed. If you pay attention, in Sicily you can relive all the charms of the past as well as all the more violent episodes of its history. Many words in the local language have their roots in Arabic, Greek,

podía ofrecer a Italia el restablecimiento de la tranquilidad, la ley y el orden. Lo que el gobierno no sabía es que la fórmula era la más antigua del mundo del poder, es decir, la simple persecución y eliminación de todos los clanes rivales.

Y aquí volvemos al principio, a la novela de Puzo y la mafia italoamericana. Al momento en el que se empiezan a formar las primeras bandas en Estados Unidos y Argentina, ya que muchos de los emigrantes sicilianos de estos años eran tráfugas que conocían muy bien las estructuras y formas de actuar de la mafia. La segunda oleada importante de emigración la provocó el propio Mussolini, que puso a cargo de su prefecto, Cesare Mori, la erradicación sin paliativos de cualquier tipo de organización mafiosa. Mori llegó a acorralar a los grandes capos, cercar pueblos enteros, a arrestar a más de 500 personas y a poner a otros muchos en fuga. El error que le costó la destitución fue que entre los arrestos, se llevó también por delante a destacados líderes del partido fascista. Las organizaciones criminales sicilianas no solo no desaparecieron, sino que medraron. Y sacaron buen provecho incluso tras la Segunda Guerra Mundial.

Los primeros 'mafiosos'

Caminar, conducir, comer, conocer Sicilia, es un continuo encuentro con el viejo mundo. El viajero se da de bruces con el cruce de culturas que se originó en el Mediterráneo cuando las islas pasaban de unas manos a otras de la noche a la mañana, con la frescura de los cultivos, el trajín de las calles, el caos al que tan acostumbrados están sus habitantes. En Sicilia, se reviven todos los encantos del pasado y también todos los

Roman, Phoenician, or Punic. Practically every Mediterranean civilization went by the island, which is very important strategically. Some say that the origin of the term “Mafia” is precisely the Arabic word “mahya” (bravado), or perhaps another Arabic noun, “mu’afah” (protection of the weak), or the Tuscan expression “maffia” (misery), which may have also come from the Arabic “mafiis” (nothing).

The enchanting vestiges of rural feudal society are also ever-present. Castles such as Venere (Erice), Mussomeli (Caltanissetta), Salemi (Trápani) and Ursino (Catania) are evidence of the opulent lifestyles led by warlords and the consequent hardships endured by local peasants, whose survival depended on establishing close-knit families. These were also times of pillaging, of peasants-turned-bandits, of omertà (the Mafia’s code of honor), of silence with respect to the authorities and of fleeing to the hills. The figure known as “gabellotti” emerged as far back as the 19th century. The “gabellotti” were tax collectors who managed estates in exchange for a percentage of the harvest, leased land to the peasants, took control of grazing lands, and, consequently, became the main supplier for the markets. The “gabellotti” soon began speculating, blackmailing peasants and merchants, and, in short, planting the seeds for the Mafia through their particular way of doing business.

The Cosa Nostra Archives

Sometimes in Sicily when we follow in the footsteps of the real Mafia, we inevitably encounter the legacy of Francis Ford Coppola’s saga. In fact, the CIDMA—the International Mafia Documentation Center and a hub of the anti-Mafia movement—is located in Corleone, which by the way, was the setting for *The Godfather*. Story has it that by the time Coppola arrived, the town was already a bit too developed to represent the rural Sicily of the past, so the film was ultimately shot in Savoca (one of the most beautiful medieval villages in Italy), Motta de Camastra and Forza D’Agro, a highly recommended visit.

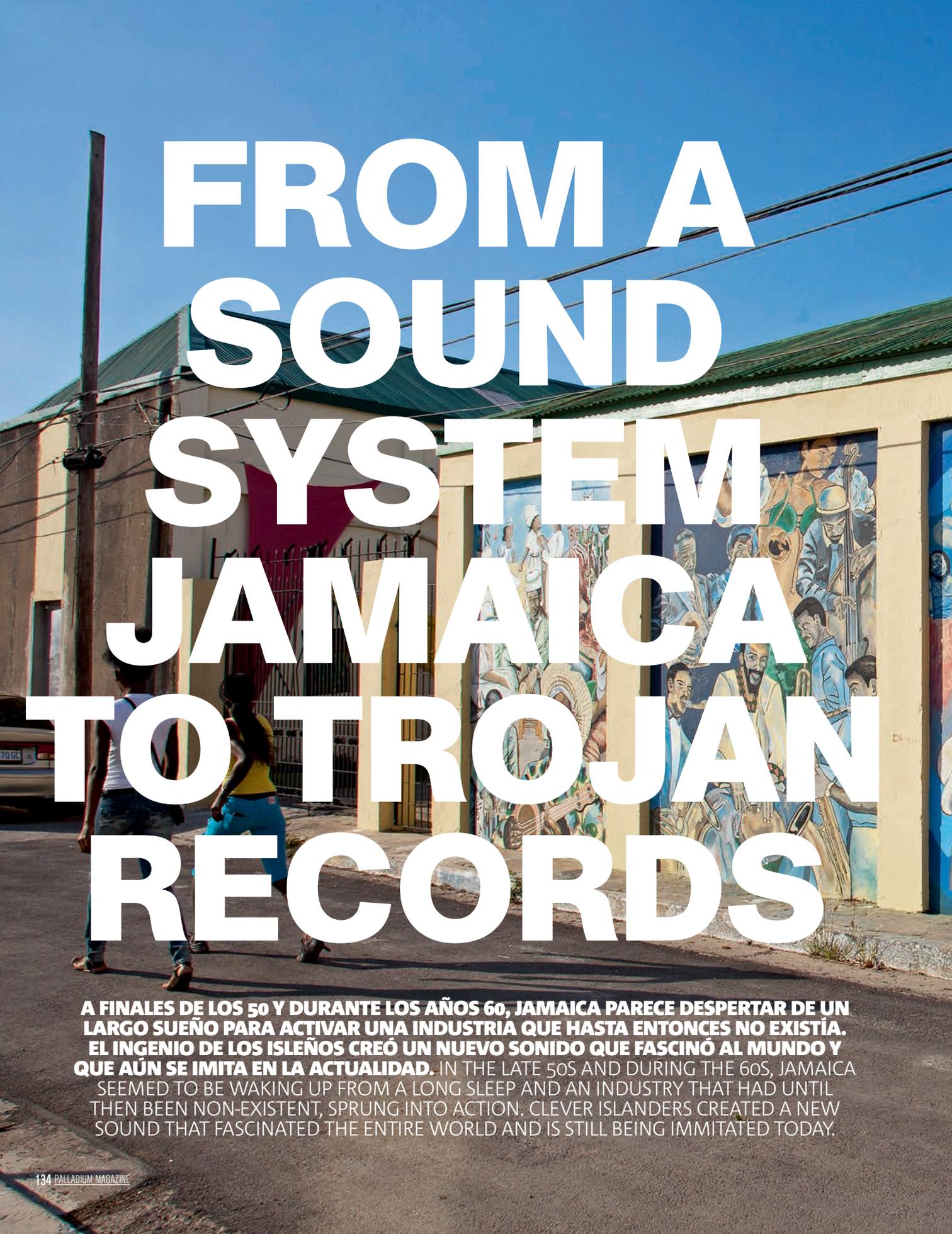
There is also a museum in Sicily dedicated to Mafia crimes, the Leonardo Sciascia Mafia Museum located in Salemi, about a hundred kilometers (62 miles) from Palermo. Sciascia, the man the museum is named after, was one of the first to talk and condemn the Sicilian Mafia’s customs and habits, unwritten laws and violence. Something that, until then, even the authorities had denied. The museum aims to help visitors who have never lived under the Mafia’s yoke understand what this organization is like. It makes a case against all the various forms of extortion and violence that characterize these criminal organizations, which, although they may be less powerful today, have by no means been eradicated. Neither in Sicily, nor in all the other places to which they were exported to in the mid-19th century. •

episodios sangrientos de su historia, si se presta atención. En las raíces del idioma existen palabras de origen árabe, griego, romano, fenicio, púnico... Prácticamente todas las civilizaciones mediterráneas pasaron por la isla, de grandísima importancia estratégica. Se especula que, precisamente, el origen de la acepción ‘mafia’ proviene de la palabra árabe ‘mahya’ (bravuconería), quizá del sustantivo también árabe ‘mu’afah’ (protección de los débiles) o de la expresión toscana ‘maffia’ (miseria), que podría derivar también del árabe ‘mafiis’ (nada). Los vestigios de la sociedad rural y feudal también están presentes de una manera eterna y ensoñadora. Castillos como el de Venere (Erice), Mussomeli (Caltanissetta), Salemi (Trápani) o Ursino (Catania) dan pistas sobre la vida opulenta de los poderosos señores de la guerra y por consiguiente, de las penurias de un pueblo de campesinos que sólo sobrevivía si lograba establecer familias unidas. Son también tiempos de pillaje, de campesinos reconvertidos en bandoleros, de ‘omertà’, silencio hacia la autoridades y de huidas a los montes. Ya en el siglo XIX surge la figura del ‘gabellotti’, un recolector de impuestos que administraba las fincas a cambio de porcentajes de las cosechas, que arrendaba las tierras a los campesinos, que se apropiaba de pastos para los animales y que, en consecuencia, aprovisionaba también los mercados. Los ‘gabellotti’ no tardaron en especular, extorsionar a campesinos y comerciantes y, en definitiva, convertirse en la semilla de la mafia con su particular manera de hacer negocio.

Los archivos de la ‘Cosa Nostra’

Siguiendo los pasos de la verdadera mafia, a veces, nos encontramos en Sicilia con la irremediable presencia de la saga de Francis Ford Coppola. El CIDMA, el centro internacional de documentación de la mafia y del movimiento anti mafia se encuentra, precisamente, en Corleone, donde por cierto no se rodó una sola escena de ‘El Padrino’. Se cuenta que cuando Coppola llegó allí, la población estaba ya demasiado desarrollada para rodar una vieja Sicilia rural, y que se localizó finalmente en Savoca (uno de los pueblos medievales más bonitos de Italia), Motta de Camastra y Forza D’Agro, de visita muy recomendada.

En Sicilia existe también un museo dedicado a los delitos de la mafia: a unos cien kilómetros de Palermo se encuentra el ‘Museo de la Mafia Leonardo Sciascia’, en Salemi. El homenajeado Sciascia fue uno de los primeros en hablar y denunciar en sus libros sobre los usos y costumbres, las leyes no escritas y la violencia de la mafia siciliana. Algo que hasta el momento, incluso las autoridades negaban. Dicho museo trata de hacer entender lo que podría ser la mafia a quien no ha vivido bajo su yugo. Es algo así como un alegato en contra de todas las formas de extorsión y violencia que supone el crimen organizado, quizás de capa caída hoy, pero ni mucho menos erradicado. Tanto en Sicilia como en el resto de lugares donde se exportó a partir de mediados del siglo XIX. •

A vibrant street scene in Jamaica. In the foreground, two people are walking away from the camera on a paved street. The background features a yellow building with a large, colorful mural depicting various musicians and instruments. The sky is a clear, bright blue. The overall atmosphere is lively and cultural.

FROM A SOUND SYSTEM JAMAICA TO TROJAN RECORDS

A FINALES DE LOS 50 Y DURANTE LOS AÑOS 60, JAMAICA PARECE DESPERTAR DE UN LARGO SUEÑO PARA ACTIVAR UNA INDUSTRIA QUE HASTA ENTONCES NO EXISTÍA. EL INGENIO DE LOS ISLEÑOS CREÓ UN NUEVO SONIDO QUE FASCINÓ AL MUNDO Y QUE AÚN SE IMITA EN LA ACTUALIDAD. IN THE LATE 50S AND DURING THE 60S, JAMAICA SEEMED TO BE WAKING UP FROM A LONG SLEEP AND AN INDUSTRY THAT HAD UNTIL THEN BEEN NON-EXISTENT, SPRUNG INTO ACTION. CLEVER ISLANDERS CREATED A NEW SOUND THAT FASCINATED THE ENTIRE WORLD AND IS STILL BEING IMITATED TODAY.



BY
ORIOI MARTÍNEZ

as-yet-unknown Laurel Aitken and some “sound system” owners, including Duke Reid himself, created their own record labels in order to guarantee access to exclusive music. Reid founded Treasure Isle in 1959—the label was named after his family’s liquor business. That same year, Clement Coxone, another “sound system” man, created the famous Studio One label, which would later launch the Skatalites.

A RECIPE FOR SKA: WORLD SUCCESS

All the ingredients were in the pot, simmering on the stove. Inside, the aromas of rhythm & blues mingled with a hint of traditional Jamaican mento music. North American jazz and soul fused with the “chup chup” sound of calypso. Caribbean rhythm met North America, and the “sound systems” began playing new stuff in order to meet audience demand: Ska was born.

The origin of the word “ska,” at least according to guitarist Ernest Ranglin, is what you might call an onomatopoeia that evokes the “skat, skat, skat...” guitar strum used in this type of music.

Jamaica had created a new musical style and now that new style had a name. Ska made its first appearance in New York in 1964 with songs by Byron Lee and Dragonaires. Peter Tosh and Prince Buster were also there.

The new sound would soon shake up the Old World as well. In 1959, the aforementioned Chris Blackwell, Grame Goodall

**THE NEW
SOUND
WOULD SOON
SHAKE UP THE
OLD WORLD.//
EL NUEVO
SONIDO NO
TARDARÍA EN
SACUDIR EL
VIEJO MUNDO.**

EL TEMPO DE LOS SELLOS. JAMAICA DESPIERTA

Muy pronto se creó el primer sello, Federal, pero básicamente era más de lo mismo. Música que sus propietarios encontraban en Estados Unidos y llevaban a Jamaica. Al menos podían traer éxitos nuevos, cosas que aún no se habían escuchado, algo que daba a los ‘sound systems’ afines un cierto aire de novedad y clase. Y si esto no funcionaba, si la competencia seguía teniendo más éxito, se llamaba a los ‘dance crashers’ y listo —para entendernos, algo así como aguafiestas profesionales, matones que convertían un sarao en una escaramuza—.

El primero en crear un sello local jamaicano con estudio de grabación fue Edward Seaga, en 1958. Su West Indian Records Limited se dedicó a grabar y producir con artistas de la isla que versionaban o reinterpretaban los temas norteamericanos de siempre. No es de extrañar que después de esta hazaña le convirtieran más adelante en primer ministro. A partir de ese momento, Chris Blackwell (Island Records) produjo a un todavía desconocido Laurel Aitken y algunos propietarios de ‘sound systems’, como el propio Duke Reid, crearon sus propios sellos para proveerse de música exclusiva. Reid fundó la casa Treasure Isle en 1959, que era también el nombre del negocio de licores de su familia. Clement Coxone, otro hombre del ‘sound system’, creaba en el mismo año el famoso sello Studio One, del que más tarde saldría la banda ‘Skatalites’.

UNA RECETA DE SKA: ÉXITO MUNDIAL

Todos los ingredientes estaban ya en la olla, que hervía a fuego lento. En su interior, aromas de rhythm & blues se mezclaban con una nota de mento. El jazz y el soul norteamericanos se fundían al ‘chup chup’ con el calypso. El ritmo caribeño se encontraba con Norteamérica y en los ‘sound systems’ empezaban a sonar cosas nuevas de acuerdo con las exigencias del público: nacía el ska.

El origen de la palabra podría ser una onomatopeya, el sonido de la guitarra repitiendo un ‘ska, ska, ska, ska...’ o al menos así lo aseguraba el guitarrista Ernest Ranglin. Jamaica había creado un nuevo estilo de música y ya había un nombre para denominarlo. En 1964 se presenta en Nueva York con temas de Byron Lee and & Dragonaires. Peter Tosh y Prince Buster también estaban allí.

El nuevo sonido no tardaría en sacudir también el viejo mundo. En 1959, el citado Chris Blackwell, Grame Goodall y Leslie Kong crearon el sello Island Records en

and Leslie Kong created the Island Records label in Jamaica, only to move to the United Kingdom three years later. Their first hit, "My Boy Lollipop," quickly became No. 1 on the UK sales charts and No. 2 in the U.S.; this was the beginning of one of the most important British record labels of the time: Roxy Music, King Crimson, Traffic, The Wailers... these bands and many more signed with the growing Island.

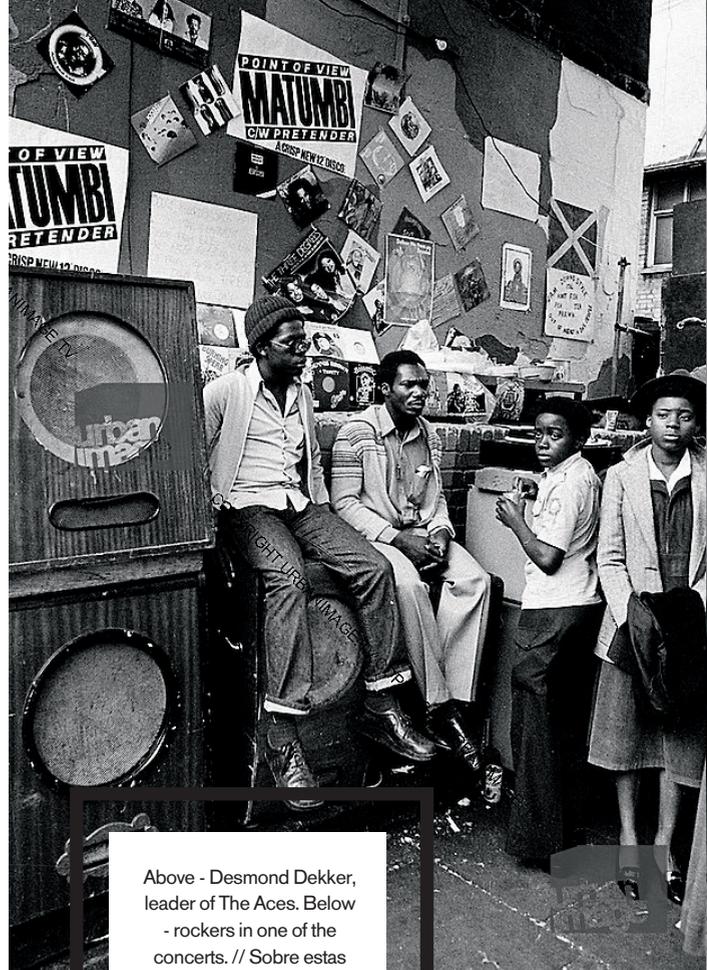
LIFE AND DEATH OF TROJAN RECORDS

In 1968, Lee Gopthal founded Trojan Records in honor of the Trojan trucks used to transport their "sound systems." Gopthal had collaborated with Blackwell and his record label, so Trojan was called upon to look after the ska market for Island. It was something like a twin label. So, when Studio One and Treasure Isle rejected Desmond Dekker, Leslie Kong (Island) was the only one who knew how to appreciate his talent. For some reason, Dekker ended up with Trojan Records and also became one of the most important Jamaican musicians of the time. Dekker's hits (Israelites, oo7-Shanty Town, It Mek, King of Ska...) played a key role in ska's hugely successful penetration of the English market. As did Lee Perry & The Upsetters, The Cimarons, Bob Andy, and Marcia Griffiths... They all managed to promote the label in Jamaica and in the international market provided by London. However, financially, the most important hits were the compilation albums sold at affordable prices that quickly penetrated among British youth subcultures, thus helping to spread the seed of ska. During the 1970s, Trojan had a hard time gauging the changing tastes and trends among British youth; Island Records broke off relations with Trojan and the label gradually became less relevant. Ska, rock steady and even two tone (styles that evolved from ska) gave way to other styles, and although Trojan made an effort to sign talent discovered by others such as Ken Boothe (formerly of Studio and Federal), the label did not manage to get in on the new reggae and lovers' rock sounds that were starting to dominate the scene.

Many later British sounds would never have emerged without the influence of Jamaican music: The Police, Madness, The Clash, and much English punk rock, oi!...

Later on, in 1978 when roots reggae was very popular, Theodoros Bafaloukos produced a cult film called *Rockers* that not only reflected the lifestyle and ad hoc music in an almost documentary fashion, but also featured artists like Burning Spear, Leroy Wallace and Gregory Isaacs.

During all these years, Jamaica and its musicians entered the business through the United Kingdom and began selling their creations all over the world. Music moved the world, and strumming guitars helped many people improve their economy.



Above - Desmond Dekker, leader of The Aces. Below - rockers in one of the concerts. // Sobre estas líneas, Desmond Dekker, líder de The Aces. Abajo, rockers en uno de los conciertos.





Jamaica, para establecerse tres años más tarde en Reino Unido. Su primer éxito con 'My Boy Lollipop', que se convirtió rápidamente en número 1 en ventas en Reino Unido y número 2 en Estado Unidos, fue el principio de uno de los sellos británicos más importantes del momento: Roxy Music, King Crimson, Traffic, The Wailers... Ellos y muchos otros firmaron con el crecimiento de Island.

VIDA Y MUERTE DE TROJAN RECORDS

En 1968, Lee Gopthal fundó Trojan Records en honor a los viejos camiones Trojan que transportaban los 'sound systems'. Había colaborado con Blackwell y su discográfica, de modo que Trojan estaba llamada a copar el mercado del ska para Island. Era algo así como un sello hermano. Así, cuando Desmond Dekker fue rechazado en Studio One y Trasure Isle, Leslie Kong (Island) fue el único que supo apreciar su talento. Por algún motivo acabó en Trojan Records y también se convirtió en una de las figuras musicales más importantes de Jamaica en esa época. Sus éxitos (Israelites, oo7-Shanty Town, It Mek, King of Ska...) fueron los principales causantes de que el ska penetrara de una manera tan apreciable en el mercado inglés. También Lee Perry & The Upsetters, The Cimarons, Bob Andy & Marcia Griffiths... lograron que el sello se impulsara en Jamaica y en el mercado internacional que proporcionaba Londres. El éxito económico más importante, sin embargo, fueron las compilaciones a precios asequibles que calaron rápidamente entre las subculturas de jóvenes británicos y ayudaron a diseminar la semilla del ska. Durante la década de los 70, Trojan no supo medir bien los cambiantes gustos y modas de la juventud inglesa; Island Records rompió relaciones con Trojan y el sello fue cayendo poco a poco en el olvido. El ska, el steady rock e incluso el two tone (estilos evolutivos del ska) daban paso a otros gustos y aunque Trojan se esforzaba fichando descubrimientos de otros, como Ken Boothe (Ex Studio One y Federal), no logró adherirse a los nuevos sonidos raggae y lovers rock que empezaban a encumbrarse.

Muchos de los sonidos británicos posteriores no podrían entenderse sin la llegada de Jamaica: The Police, Madness, The Clash, gran parte del punk inglés, oi!...

Más adelante, en 1978 y cuando ya se imponía el raggae roots, aparece la película de culto *Rockers*, producida por Theodoros Bafaloukos, en la que además de reflejarse un estilo de vida y una música ad hoc de forma casi documental, podemos disfrutar de la presencia de artistas como Burning Spear, Leroy Wallace o Gragory Isaacs.

Durante todos esos años, Jamaica y sus músicos habían entrado en el juego de Reino Unido y vendían sus creaciones por todo el globo. La música movía el mundo y las economías se saneaban a golpe de guitarra.

An ancient jungle paradise...



TULUM

BY **DAN PRINCE**

THE HISTORY OF TULUM IS ONE OF MAGIC, CULTURE AND MYSTIQUE, BUT IN RECENT YEARS IT HAS BECOME ONE THE MOST FASHIONABLE RESORTS IN THE WORLD. AND A FOOD LOVER'S NIRVANA...





LA HISTORIA DE TULUM ESTÁ REPLETA DE MÁGIA, CULTURA Y MISTERIO, PERO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HA CONVERTIDO EN UNO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MÁS DE MODA EN TODO EL MUNDO. Y EN UN NIRVANA PARA LOS AMANTES DE LA BUENA MESA...

The archaeological site of Tulum is situated on the edge of a coastal cliff facing the rising sun and overlooking the sparkling Caribbean Sea. The legendary walled city was once a thriving civilization serving as a major port for the trading of goods from Honduras into the state of Yucatan until it was finally abandoned after the arrival of the Spanish in the 16th century. It wasn't though until the 1970s that the Tulum story picked up again thanks to a group of curious hippies deciding to crash through the dense jungle in search of a long stretch of silvery sands they guessed existed on the other side. Fishermen and divers soon followed and life slowly resumed on this piece of breathtaking Mexican shoreline.

Today, the fishing continues and the miles of beach remain idyllic but the landscape has now been joined by world class restaurants, chic hotels, music festivals and an international crowd enjoying Tulum's status as one of the most stylish destinations on the planet. An undeniable cool factor surrounds the town and if Trip Advisor was to ever give out an award for best people watching location, Tulum would win it every time; beautiful faces fresh from the pages of fashion magazines zip by on pushbikes, smiling locals sit huddled under coconut heavy palm trees selling their fresh papayas and mangoes, DJs on their Burning Man, Ibiza, Berlin routes catch up with fellow turntable wizards over cold beers, yoga bunnies gossip about the hottest new retreat

in town, blissed out musicians wander past with bongos and guitars, the Silicon Valley tribe try their hardest to switch off their phones for a moment, sun kissed children splash happily in the warm waters laughing at the pelicans dive-bombing the ocean in search of juicy fish - and if you're lucky, you may find yourself in one of the many incredible restaurants sitting next to a Bieber, Diaz or a DiCaprio.

Ah yes the food, something Tulum is so very proud of. But unlike the neighboring high rise resorts of Riviera Maya and Cancun, this is one town that has refused to give up its Mexican roots and Caribbean charms with dozens of incredible restaurants making this an unmissable gourmet destination. And although Noma famously came to town earlier this

UNA VIEJA JUNGLA PARADISÍACA... El yacimiento arqueológico de Tulum está al borde de un acantilado en la costa, frente al sol naciente y con vistas al resplandeciente mar Caribe. Tiempo atrás, la mítica ciudad amurallada acogió una civilización próspera y fue un importante puerto comercial donde entraban productos provenientes de Honduras al estado de Yucatán, hasta que fue abandonado tras la llegada de los españoles en el siglo XVI. La historia de Tulum no se volvió a recuperar hasta la década de los 70 del siglo XX, cuando un grupo de hippies curiosos decidió atravesar la espesa jungla en busca de las largas playas de arena color de plata que pensaban que podría haber al otro lado. Pronto les siguieron los pescadores y buceadores, y esta espectacular costa mexicana se volvió a animar poco a poco.

Hoy en día sigue habiendo pescadores y hay kilómetros de playas que siguen siendo idílicas, aunque ahora además hay restaurantes de primera categoría, elegantes hoteles, festivales de música y un público internacional que disfruta del estatus de Tulum como uno de los destinos

más de moda del planeta. El pueblo tiene un innegable atractivo, y si algún día Trip Advisor decidiese dar un premio al mejor sitio para ir a observar a la gente, sin duda lo ganaría siempre Tulum: caras guapas recién salidas de las páginas de las revistas de moda que se mueven en bicicleta; lugareños sonrientes que se reúnen para vender papaya y mango fresco bajo los cocoteros rebosantes de



frutos; dj's que quedan con sus colegas de camino a Burning Man, Ibiza o Berlín para tomar unas cervezas bien frías; yoguis que comentan el último retiro de la zona; músicos extasiados que pasean por las cabañas con sus guitarras; miembros de la tribu de Silicon Valley que se esfuerzan por desconectar y apagar los teléfonos un rato; niños morenos chapoteando felices en las cálidas aguas y riéndose de los pelícanos que se zambullen en el mar en busca de succulentos peces. Y con suerte, puede que en

uno de los muchos e increíbles restaurantes acabes sentándote al lado de Bieber, Diaz o DiCaprio.

Ah, sí, y la comida es algo de lo que en Tulum están muy orgullosos. Pero a diferencia de muchos de los complejos llenos de torres en la Riviera Maya y Cancún, este pueblo se

Casa Malca, between the ocean and the rainforest of the Yucatan peninsula. // Casa Malca, entre el océano y la selva tropical de la península de Yucatán.



MUSIC FESTIVALS // FESTIVALES DE MÚSICA

- **Sound Tulum:** 29 December – 15 January // Del 29 de diciembre al 15 de enero
- **Comunité:** 5-6 January // Del 5 al 6 de enero
- **Day Zero:** 13 January // El 13 de enero
- **WooMoon parties at Pappaya Playa Project:** Dates tbc. // Fechas por confirmar

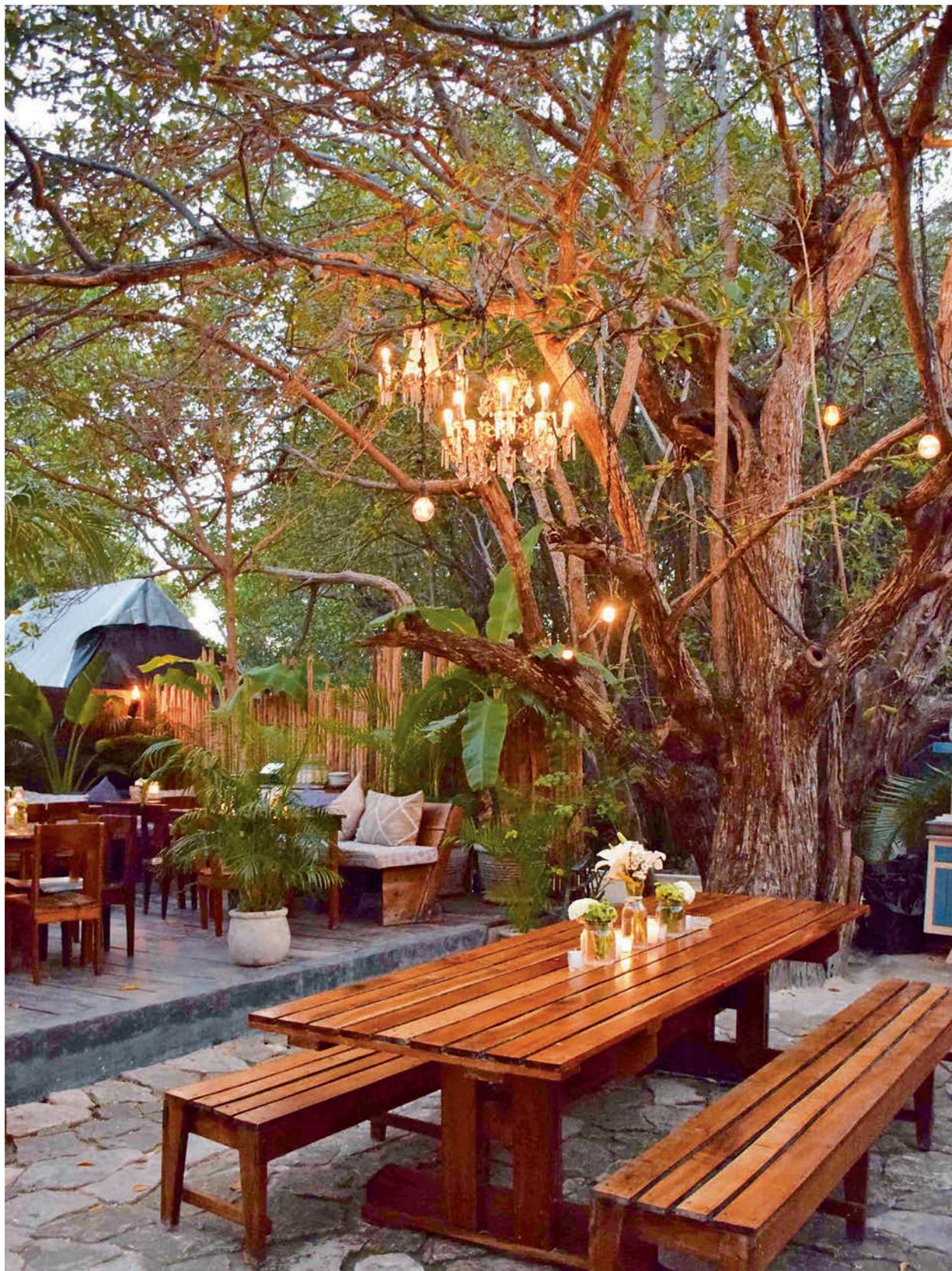
ENG | ESP

year with their pop up experience and the queues to get into Hartwood remain testament to how good Eric Werner's jungle feast remains after all these years, there is now an abundance of exciting new places to eat that are simply too fabulous to ignore. Next door to Hartwood you'll find Arca, just as delicious as it's prestigious neighbor and like so many of the places here, utilizes the best products from local beaches and farms. Paying tribute to the diverse landscape of the Mexican Caribbean, check out the amazing Wild where this secret jungle spot features a mouth watering restaurant, the best cocktails in town and special one off parties that has seen the likes of superstars Carl Cox and Richie Hawtin pass through. Totally recommended. As is the brand new Ocumare which serves beautiful small plates inspired by their Michelin star chef, the secret garden kitsch of Cenzotle where you will devour the finest Mexican cuisine, Philosophy at Casa Malca (Pablo Escobar's old home) delivering the best for brunch and star spotting, the gorgeous gypsy jungle Gitano where Friday nights are full of boho chicks and cool guys whilst if eating in a treehouse excites you, then look no further than Kin Toh - a real culinary adventure!

And if it's adventure you want there's plenty on hand. Yucatan is home to the biggest single underwater cave system in the world thanks to the fact that the entire peninsula is essentially sitting on a large layer of soluble

OVER TIME, TULUM HAS BECOME ONE OF THE MOST FASHIONABLE DESTINATIONS

ha negado a sacrificar sus raíces mexicanas o su encanto caribeño, y cuenta con decenas de restaurantes increíbles que lo convierten en un destino gastronómico ineludible. Y aunque fue muy sonado el desembarco en el pueblo de Noma -con su experiencia efímera- a principios de este año, y las colas para entrar en Hartwood siguen dando fe de lo bueno que sigue estando el banquete que prepara Eric Werner en la jungla dese hace tantos años, hoy en día hay una gran cantidad de locales nuevos muy interesantes para comer, y son sencillamente demasiado buenos para perderselos. Al lado de Hartwood se encuentra Arca, que es tan delicioso como su prestigioso vecino, y que como muchos de los locales de la zona, utiliza los mejores pro-



CON EL TIEMPO, TULUM SE HA CONVERTIDO EN UNO DE LOS DESTINOS MAS DE MODA DEL PLANETA

limestone. These cave systems often make their way to the surface creating cenotes, - in ancient times it was believed that these freshwater pools were the gateway to the afterlife where their gods lived, in modern times we're happy to use them as exhilarating plunge pools. For an incredible display of natural beauty head to Sian Ka'an Biosphere Reserve where this UNESCO World Heritage Site is home to tropical forests, marshes and animals ranging from monkeys to flamingos and over 300 bird species. Check out the secluded fishing village of Punta Allen, a truly end of the road location exuding a laid back ambience reminiscent of Belizean cays. There is a healthy reef 400m from shore offering snorkelers and divers wonderful sights whilst fishing trips and dolphin watching outings are also on hand. A trip to Tulum is not complete of course without a journey to the Coba ruins where you can visit the archeological ruins and pyramids plus discover the history of this once powerful city that is estimated to once house 6500 temples and 50,000 inhabitants.

And finally a word of warning. Tread lightly in this sandy nirvana as the folk of Tulum take being eco-friendly very seriously indeed and are wholly committed to conserving, protecting and enjoying the environment. So don't be surprised as the electricity goes to sleep at midnight and the candles flicker into life, leaving you listening to the sound of the waves under your perfect jungle canopy. What's not to love? •

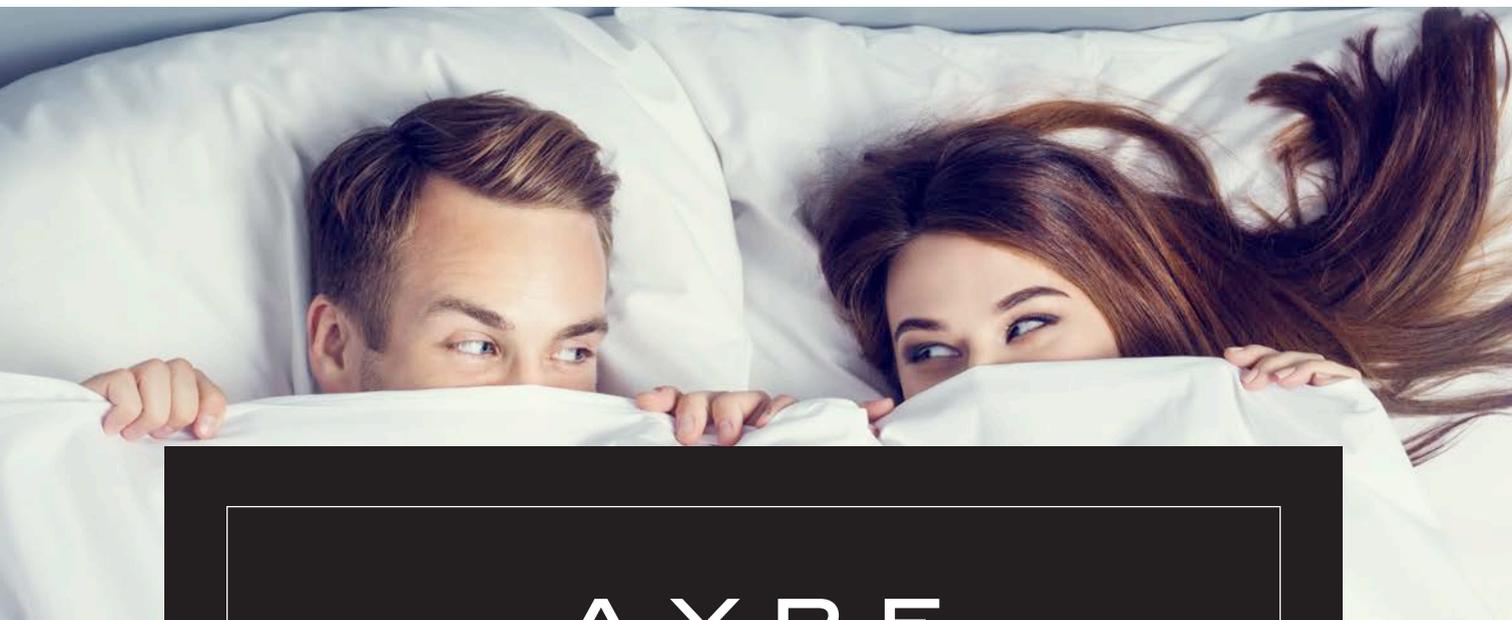
Bar Gitano, in Tulum, a mezcal temple that prepares exquisite vintage cocktails.
// Bar Gitano, en Tulum, un templo del mezcal que prepara exquisitos cócteles vintage.

ductos de las playas y granjas locales. Si quieres rendirle homenaje al paisaje diverso del Caribe mexicano, pásate por el increíble Wild, un escondite en medio de la jungla que cuenta con un restaurante sumamente apetitoso, los mejores cócteles de la localidad y fiestas especiales que atraen a famosos de la talla de Carl Cox y Richie Hawtin. Muy recomendable. Como también lo son la nueva marca Ocumare, que sirve pequeños platos preciosos inspirados por su chef, galardonado con una estrella Michelin; o el delicado jardín secreto Cenzotle, donde podrás degustar la mejor cocina mexicana; Philosophy en Casa Malca (antiguo hogar de Pablo Escobar), que ofrece el mejor brunch y es un buen sitio para observar a los famosos; la hermosa jungla cingara de Gitano, que las noches de los viernes está lleno de chicas boho y chicos cool, o si te hace ilusión comer en una casita en un árbol, no te pierdas Kin Toh... ¡es toda una aventura culinaria!

Y si lo que buscas es vivir una aventura, hay muchas opciones para elegir. El Yucatán alberga el sistema de cuevas subacuáticas más extenso del mundo, ya que la península entera está asentada en una enorme capa de piedra caliza soluble. Estos sistemas de cuevas suelen llegar a la superficie en forma de cenotes -en la antigüedad se creía que los charcos de agua dulce eran un portal a la vida futura donde vivían los dioses, y en nuestros tiempos nos conformamos con utilizarlos como vigorizantes piscinas de inmersión-. Si quieres ver un impresionante despliegue de belleza natural, acércate a la reserva de la biosfera Sian Ka'an, un lugar declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco que alberga bosques tropicales, ciénagas y una fauna que incluye desde monos hasta flamencos y más de 300 especies de aves. Explora el recóndito pueblo de pescadores Punta Allen, una localidad realmente aislada con una ambiente muy tranquilo que recuerda a los cayos de Belize. Hay un arrecife en muy buen estado a unos 400 metros de la costa que ofrece vistas maravillosas para los buceadores y submarinistas, y una gran selección de excursiones para ir a pescar o a observar delfines. Claro que ningún viaje a Tulum estaría completo sin una escapada a las ruinas de Coba, donde podrás visitar las pirámides y otros yacimientos arqueológicos y descubrir la historia de esta antigua ciudad poderosa donde se calcula que en tiempos hubo unos 6.500 templos y 50.000 habitantes.

Y por último, una advertencia. Anda con cuidado por este nirvana de arena, ya que los habitantes de Tulum se toman muy en serio el respeto al medioambiente y

están cien por cien comprometidos con su conservación, protección y disfrute. Así que no te asombres si a media noche apagan la electricidad y encienden las velas y te quedas escuchando el sonido de las olas bajo la cubierta primorosa de la jungla. ¿Cómo no te iba a encantar? •



AYRE HOTEL

Compartiendo experiencias felices

Un nuevo estilo de hoteles urbanos, en el corazón de nuestras ciudades, diseñados para unir funcionalidad, confort y estilo.

Situados en las principales ciudades españolas, cada hotel tiene su propia personalidad y ofrece múltiples opciones tanto para el cliente de ocio como de negocios, siempre con un objetivo común: convertir la estancia de nuestros huéspedes en una experiencia inolvidable.



MADRID · BARCELONA · OVIEDO · CÓRDOBA · SEVILLA · VALENCIA

ayrehoteles.com Reservas 24h. al (+34) 900 494 278



SPAIN

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

The first few months of the year is a great time to visit major Spanish cities. Madrid, Barcelona, Valencia, Seville, Córdoba and Oviedo all have a rich cultural and culinary life. They exude history around every corner. Each of these cities has a unique personality and is well worth a visit. And in each of them, travelers can stay at Ayre Hotels, Palladium Hotel Group's urban chain. In Madrid, the Only YOU brand has set a new standard for luxury and sophistication with hotels designed for the future. / **ESP.** Los primeros meses del año son un tiempo estupendo para viajar a las principales ciudades españolas. Las principales ciudades: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Córdoba y Oviedo magnifican su historia, su rica vida cultural y su gastronomía. 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. En Madrid, los hoteles Only YOU marcan un nuevo estándar de lujo y sofisticación con una propuesta hotelera de futuro.

Jazz sessions





Catalina Sophie and Lara Vizuete visited Only YOU Atocha. // **ESP.** Catalina Sophie y Lara Vizuete visitaron Only YOU Atocha.

ONLY YOU ATOCHA IS A HOTEL FULL OF SWING, OFFERING INCOMPARABLE JAZZ EVENINGS

ONLY YOU ATOCHA ES UN HOTEL CON SWING QUE OFRECE INCOMPARABLES VELADAS DE JAZZ

Quite a symbol of Madrid, another facet of Only YOU Atocha are its jazz concerts. Some of the performers that have graced its stage over the past few months include Catalina Sophie & Erik Niemietz and the trio called Lara & Cia, led by vocalist Lara Vizuete, with a repertoire ranging from jazz to bossa nova. **ESP.** Todo un nuevo símbolo de Madrid, otra de las caras del hotel Only YOU Atocha son sus conciertos de jazz. En los últimos meses han pasado por sus escenarios Catalina Sophie & Erik Niemietz o el trío de Lara & Cía liderado por su cantante Lara Vizuete, con un repertorio de jazz y bossa nova.



INTERVIEW WITH
NACHO DE LA FUENTE
 ROOMS DIVISION MANAGER AT ONLY
 YOU HOTEL ATOCHA

“IT’S A HOTEL WHERE THERE’S ALWAYS SOMETHING GOING ON”

“EN ESTE HOTEL SIEMPRE ESTÁN SUCEDIENDO COSAS”

What challenges are you facing as Rooms Division Manager at Only YOU Atocha?

My main challenge is to ensure that we remain loyal to our brand drivers, or the factors that have made us different. In other words: having a team that is made up of real city ambassadors, offering impeccable service and immaculate housekeeping, managing to create memorable experiences...in a nutshell, my challenge is to make sure that the team as a whole truly reflects the Only YOU concept through their work.

What are your duties? Tell us a little bit about your typical workday...

My duties include supervising and coordinating the reception, cleaning and maintenance departments. My typical workday starts at home. While I sip my first cup of coffee I like to read the

night manager’s closing report and find out what happened during the night. When I get to the hotel I walk around the public areas to make sure everything is in its place and ready to start the day. I always try to make it up to the breakfast restaurant, say hello to the guests and ask if they slept all right. It’s a good way to keep my finger on the pulse of our guests’ experiences. Of course I have office work, reports, emails, meetings... but you’ll often see me in the hallway talking to customers and team members. After all, it’s hard to understand what is going on at the hotel from inside the office. I really enjoy day-to-day operations, whether it’s helping out at reception or checking one of the rooms with the Housekeeper. I love being on the front lines.

What novelties does the hotel have in store this season?

This fall we’re re-launching our brunch. We had a very good brunch but we wanted to make it evolve and our work over the summer has paid off. I’m sure it will become an essential part of Sundays in Madrid. We’ve also started Gildas&YOU. Vermouth combined with the best appetizers and live music or a live DJ session... no doubt Only YOU Atocha’s most authentic bet.

Why makes this hotel special?

It’s a hotel where there’s always something going on; today we have live music in the lounge, tomorrow we’re offering a masterclass with one of Spain’s trendiest barmen and the day before yesterday we had a jazz session...we’re looking to offer something different for every visit. Plus our lounge has become a true meeting point where guests and locals from Madrid can share Only YOU experience.

What values does Palladium Hotel Group convey to its customers?

I think above all our customers appreciate our focus on customer service through excellence and adaptation to change. As a chain we’ve managed to listen to our customers and evolve our existing hotels to create entirely new projects and thus adapt to their new needs. In the urban segment, we’ve tried to break away and offer the same luxury experience we offered in our vacation segment and that, until now, no one had thought to offer at city hotels.

What distinguishes Only YOU Hotel Atocha?

The hotel is in a privileged

location, whether it’s for a leisurely getaway or a business trip. It’s a stone’s throw away from the city’s most important museums and the historical center, and just across the street from Spain’s most important train station which connects Madrid with every point in the country. Plus we also have different meeting rooms that are equipped with the the latest technology and available for spectacular events that won’t leave anyone indifferent. We wanted to apply our passion for attention to detail and innovation to company events.

What is your favorite corner of the hotel?

No doubt the terrace of our restaurant Séptima, located in the hotel’s attic. The terrace offers peace and quiet and a different view of the city right in the center of Madrid...I can’t think of a better place to have breakfast and start the day.

Tell us about a perfect experience that makes customers feel better than at home.

Personalization...! That’s the key to making someone feel better than at home. I can’t pick a perfect experience because each customer is different. The magic of our job entails being thoughtful enough to realize what but-ton will manage to move the customer you have standing in front of you, and then we can create what we call “Only YOU moments.” These are highly personalized moments of surprise that are impossible to extrapolate to any other customer, moments that have been thought-out and designed especially for you.

ESP. ¿Cuáles son sus retos como Rooms Division Manager de Only YOU Atocha?

Mi principal reto es conseguir mantenernos fieles a los drivers de nuestra marca, los que nos han hecho diferentes; es decir, tener un equipo formado por verdaderos embajadores de nuestra ciudad, ofrecer un servicio impecable, un housekeeping immaculado, conseguir crear experiencias memorables... En resumen, mi reto es conseguir que todo el equipo, con su trabajo, sea un fiel reflejo del concepto Only YOU.

¿En qué consisten sus tareas? ¿Cuéntenos un poco cómo es su día a día laboral?

Mis tareas incluyen la supervisión y coordinación de los departamentos de recepción, pisos y mantenimiento. Mi día a día laboral comienza en casa, con el primer café de la mañana me gusta leer cómo ha cerrado el hotel el día anterior y enterarme de lo que ha pasado por la noche. Una vez en el hotel doy una vuelta por las áreas públicas para asegurarme de que todo está en su sitio y listo para comenzar el día. Intento subir siempre al restaurante de desayunos, saludar a huéspedes e interesarme por cómo han descansado. Es una buena manera de tener el pulso de lo que están viviendo nuestros huéspedes.

Por supuesto tengo trabajo de oficina, informes, emails, reuniones... Pero es muy fácil verme por el hall hablando con clientes y equipos. Al final, desde la oficina es complicado entender lo que está sucediendo en el hotel. Disfruto mucho de la operativa diaria, ya sea echando una mano en recepción o revisando alguna habitación con la gobernanta. Me encanta estar en primera línea.

¿Qué novedades tiene el hotel para esta temporada?

Este otoño hemos relanzado el brunch. Teníamos un brunch muy bueno pero hemos querido evolucionarlo y el trabajo de este verano se ha notado. Estoy seguro de que se va a convertir en un indispensable de los domingos madrileños. Además, hemos iniciado Gildas&YOU. Vermut, los mejores aperitivos y todo amenizado con música en directo o sesiones de la mano de nuestro dj... Sin duda la propuesta más castiza de Only YOU Atocha.

¿Por qué es un hotel especial?

Es un hotel donde siempre están sucediendo cosas; hoy tenemos música en directo en el lounge pero mañana tendremos una masterclass con uno de los cocteleros de moda en España y pasado te encontrarás una sesión de jazz... Buscamos ofrecer algo diferente en cada visita. Además, nuestro lounge se ha

convertido en un verdadero punto de encuentro en el que huéspedes y gente de Madrid comparten la experiencia Only YOU.

¿Cuáles son los valores que transmite Palladium Hotel Group a sus clientes?

Creo que nuestros clientes perciben especialmente la orientación al cliente a través de la excelencia y la adaptación al cambio. Como cadena hemos sabido escuchar a nuestros clientes y hemos conseguido evolucionar hoteles ya existentes para crear productos completamente nuevos, adaptándonos así a sus nuevas necesidades. En el segmento urbano hemos buscado romper y ofrecer ese lujo experiencial que ya ofrecíamos en el segmento vacacional y que hasta ahora nadie se había preocupado de ofrecer en los hoteles de ciudad.

¿Qué características tiene

Only YOU Hotel Atocha?

Es un hotel que cuenta con una ubicación privilegiada, independientemente de si se trata de un viaje de ocio o negocios. A pocos minutos andando de los principales museos de la ciudad o el centro histórico y tan solo a un paso de peatones de la estación de tren más importante de España, que comunica Madrid con cualquier punto del país. Además, contamos con espacios de reuniones diferentes, tecnológicamente muy bien equipados y listos para eventos espectaculares que no dejan indiferente a nadie. Hemos querido trasladar nuestra pasión por el detalle y la innovación a los eventos de empresa.

¿Cuál es su rincón favorito del hotel?

Sin duda la terraza de nuestro restaurante Séptima, ubicado en el ático del hotel. Una terraza desde donde disfrutar de unas vistas diferentes de Madrid y de la tranquilidad en pleno centro de la ciudad... No se me ocurre un sitio mejor para desayunar y comenzar el día.

Díganos una experiencia infalible para que el cliente se sienta mejor que en su casa.

¡La personalización! Esa es la clave para hacer sentir a alguien mejor que en casa. No podría darte una experiencia infalible porque cada cliente es diferente. La magia de nuestro trabajo se basa en estar lo suficientemente atentos como para entender qué tecla conseguirá emocionar al cliente que tienes delante y entonces crear lo que nosotros llamamos momentos Only YOU. Momentos sorpresa muy personalizados que no podrían extrapolarse a ningún otro cliente, momentos pensados y diseñados exclusivamente para ti.





GIN MEETS BURGER

HARD ROCK HOTEL TENERIFE PRESENTS GIN MEETS BURGER: GOURMET HAMBURGERS AND GIN TONIC, OR ANOTHER MIXED DRINK FROM THE MENU, AT INCREDIBLE PRICES. DON'T MISS IT!

HARD ROCK HOTEL TENERIFE PRESENTA GIN MEETS BURGER: HAMBURGUESAS GOURMET Y GIN TONIC O COMBINADO DE LA CARTA A PRECIOS INCREÍBLES. ¡NO TE LO PUEDES PERDER!

by **JORDI TEIXEIRA**

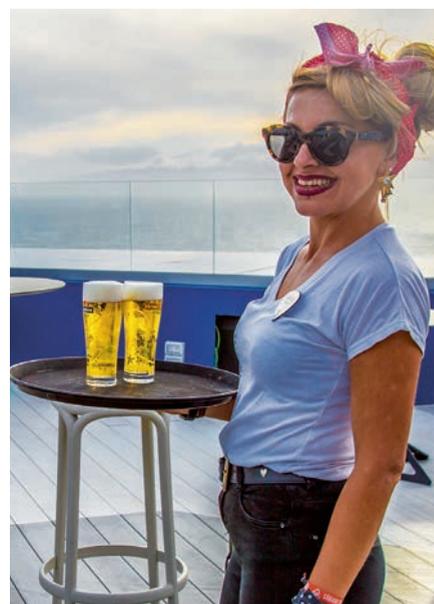
If ever there was a perfect event to unwind after a tough week at work, it's Gin Meets Burger at Hard Rock Hotel Tenerife. Every Friday, starting at 19 hours, the Sky Bar The Sixteenth is the ideal spot to enjoy the best hamburgers paired with exquisite gin tonics. All this in an incomparable setting, with rockabilly music, pin up style decor and spectacular sunsets in the background. Glamour, style, a laid-back environment, good music, excellent hamburgers, and delicious gin tonics. That's Gin Meets Burger, Fridays at Hard Rock Hotel Tenerife, an event that's always full of surprises and has already become one of the most popular afterwork meeting points in the south. Live music, pin up style decor and performances combined with spectacular views of the Teide Volcano and the island of La Gomera to celebrate the weekend at the highest rooftop bar on the island. Fridays at Sky Bar, on the 16th floor of the Hard Rock

Rockabilly, hamburgers and gin and tonic. An essential appointment.
//ESP. Rockabilly, hamburguesas y gin tónico. Una cita imprescindible.



Hotel Tenerife, are the talk of the town. Retro music played by a DJ who specializes in Rockabilly is one of the main attractions at this event.

ESP. Si hay un evento perfecto para decir adiós a la dura semana de trabajo es el Gin Meets Burger de Hard Rock Hotel Tenerife. Cada viernes a partir de las 19h, el Sky Bar The Sixteenth se convierte en el lugar ideal para disfrutar de las mejores hamburguesas maridadas con exquisitos gin tonics. Todo ello en un entorno inigualable, con música rockabilly, ambiente pin up y espectaculares puestas de sol como escenario de fondo. Glamour, estilo, una atmósfera desenfadada, buena música, excelentes hamburguesas y riquísimos gin tonics. Así es el Gin Meets Burger de los viernes en Hard Rock Hotel Tenerife, un evento siempre lleno de sorpresas que ya se ha convertido en el punto de encuentro afterwork más popular del sur. La música en directo, el ambiente pin up y las performances se mezclan con las espectaculares vistas del Teide y la Gomera para celebrar la llegada del fin de semana en el Bar Terraza más alto de la isla. Los viernes en el Sky Bar de la planta 16 de Hard Rock Hotel Tenerife están dando mucho de qué hablar. La música retro pinchada por un dj especializado en Rockabilly es uno de los principales atractivos del evento.



INAUDITUS FESTIVAL

This festival in Barcelona welcomes, gives voice to and projects innumerable creative and musical performances outside the mainstream commercial circuits. Worth noting are Swing Gypsy Jazz by The Big Bet, or Èlia Bastida's jazz performance. / **ESP.** FESTIVAL INAUDITUS BARCELONA. Un festival en Barcelona para acoger, dar voz y proyectar las innumerables propuestas artísticas y musicales fuera de los grandes circuitos comerciales. Destacan el Swing Gipsy Jazz de The Big Bet o el jazz de Èlia Bastida.



Fiesta de San Andrés

Puerto de la Cruz (Tenerife)

www.webtenerife.com

November 29th is a very special day in Puerto de la Cruz. Wine, traditional dishes, downhill sledding and the ever-popular "Dragging junk along". / **ESP.** FIESTA DE SAN ANDRÉS. El 29 de noviembre se convierte en una día muy especial en Puerto de la Cruz. Vinos, platos tradicionales, deslizamiento con tablas y el popular 'Arrastre de los cacharros'

WHAT'S ON SPAIN

Polar Bath in Gibraltar

December 26th is Boxing Day in the U.K., and, naturally, the inhabitants of Gibraltar all go swimming en masse in the frozen strait to celebrate.

/ **ESP.** BAÑO POLAR EN GIBRALTAR. El 26 de diciembre es Boxing Day en Reino Unido y como no podía ser de otra manera, los habitantes de Gibraltar se animan en masa al gélido baño en el Estrecho.



Fortuny (1838-1874)

The Prado National Museum presents an exhibition about Mariano Fortuny y Marsal (1838-74). The Museum has dedicated two of the most important rooms in the building's extension to the exhibit. / **ESP.** El Museo Nacional del Prado presenta una exposición acerca de Mariano Fortuny y Marsal (1838-74) a la que dedica sus dos salas más importantes en la ampliación del museo.



Maceo Parker

The singer, saxophonist and former James Brown musician visits the Jazz Festival of Barcelona on December 2. / **ESP.** El cantante y saxofonista, habitual de James Brown, visita el dos de diciembre el Festival de Jazz de Barcelona.

World Press Photo in Madrid and Barcelona

Starts off in Madrid, from September 29th through November 1st, before moving on to Barcelona. / **ESP.** WORLD PRESS PHOTO EN MADRID Y BARCELONA. Arranca en Madrid el 29 de septiembre y se mantiene abierta hasta el 1 de noviembre, para mudarse después a Barcelona.

Juanes

La tristeza de los ogros

The work that consecrated Fabrice Murgia at the Avignon Festival. Now in its Spanish version at Teatros del Canal. Until February 4, 2018. / **ESP.** La consagración de Fabrice Murgia en el Festival de Aviñón. Ahora llega a los Teatros del Canal. Hasta el 4 de febrero de 2018.

The Colombian artist will be on December 17 at the WiZink Center in Madrid. / **ESP.** El artista colombiano estará el 17 de diciembre en el WiZink Center de Madrid



WHAT'S ON SPAIN



Don Carlo

This version of Giuseppe Verdi's work Don Carlos will be presented at the Palau de Les Arts in Valencia with Ramón Tebar as Musical Director. / **ESP.** La obra Don Carlo de Giuseppe Verdi estará en los escenarios del Palau de Les Arts de Valencia bajo la dirección musical de Ramón Tebar.

La Bohème

A production of Puccini's La Bohème with Paolo Carignani as Musical Director and Richard Jones on stage is presented by Teatro Real with London's Royal Opera House and the Lyric Opera of Chicago. / **ESP.** Una producción de La Bohème, de Puccini, con Paolo Carignani en la dirección musical y Richard Jones en la de escena, llega al Teatro Real junto a la Royal Opera House de Londres y la Lyric Opera de Chicago.

SHAKIRA AT EL PALAU

SHAKIRA EN EL PALAU

Winner of a dozen Grammy Awards, international superstar Shakira will be in Barcelona on November 25th and 26th as part of her "El Dorado" World Tour. / **ESP.** La ganadora de doce premios Grammy y superestrella internacional Shakira recala en Barcelona los días 25 y 26 de noviembre con su gira mundial El Dorado.



EL REY LEÓN

This classic musical will be at Teatro Lope de Vega in Madrid from December 6th through February 4th. **/ESP.** Este clásico musical estará en el Teatro Lope de Vega de Madrid del 6 de diciembre al 4 de febrero.



Roméo et Juliette

In 1938, Prokofiev presented his version of the ballet Roméo et Juliette in Brno. This work is the composer's most performed ballet and has become the most famous musical version of this Shakespearean tragedy. **ESP ROMEO Y JULIETA.** En 1938 Prokofiev presentó en Brno su versión en el ballet Roméo et Juliette, que se ha convertido en el ballet más representado del compositor y en la versión musical más famosa sobre la tragedia shakespeariana.

Farruquito

The legendary Sala Caracol concert hall in Madrid offers this flamenco concert featuring Israel Fernández, Rubio de Pruna, David de Jacoba, with a special appearance by Farruquito. **ESP** La mítica sala Caracol de Madrid acoge este concierto flamenco con Israel Fernández, Rubio de Pruna y David de Jacoba con la colaboración especial del bailar Farruquito.





THE USUAL BRUNCHERS AT ONLY YOU HOTEL ATOCHA

Only YOU Boutique Hotel Madrid has set a trend with its "Le Brunch" and Dolce Martedì. // **ESP.** Only YOU Boutique Hotel Madrid marca estilo con su 'Le Brunch' y el Dolce Martedì.

DOLCE MARTEDI AND "LE BRUNCH"

Each week, Only YOU Boutique Hotel Madrid celebrates its brunch and on Tuesdays it greets the day with an Italian appetizer. / **ESP.** Only YOU Boutique Hotel Madrid celebra cada semana su brunch y los martes saluda al aperitivo italiano.

"Le Brunch", at Only YOU Boutique, is a culinary celebration held every Sunday from 12:30 to 16. On this day the kitchen is literally brought "out" to the most elegant area in the hotel, the Lounge, with a very impressive mise-en-scene. It's the best known brunch in the neighborhoods of Las Salesas and Chueca; there isn't a neighbor who hasn't tried it or isn't dying to try it. After a long Saturday night in Madrid, all you want is to sit in a beautiful couch to enjoy delicious dishes prepared with great care by the hotel's chef Carlos Martin and his team. Meanwhile, Dolce Martedì is an innovative and fun way to spend a Tuesday afternoon-evening in the best company. From 18:30 in the afternoon and until 21:00 at night, you can enjoy an Italian appetizer that includes a mini buffet and a classic Aperol Spritz cocktail: one part Aperol, two parts cava, an orange slice and ice cube.





WHAT'S ON SPAIN

ESP. En Only YOU Boutique llaman 'Le Brunch' a su celebración gastronómica de todos los domingos de 12:30 a 16 horas. Ese día, literalmente, la cocina 'sale' al salón más classy del hotel, el Lounge, con una puesta en escena muy potente. Es el brunch más famoso del barrio de Salesas y de Chueca, no hay 'vecino' que no lo haya probado o que no esté deseando hacerlo. Después de una larga noche de sábado en Madrid, lo que apetece es sentarte en un precioso sofá para disfrutar de deliciosos platos que prepara con todo el mimo el chef del hotel, Carlos Martín, y su equipo. Por su parte, el Dolce Martedì es una oferta innovadora y divertida para pasar la tarde-noche de los martes en la mejor compañía. Desde las 18:30 de tarde y hasta las 21:00 de la noche se disfruta de un aperitivo italiano consistente en un mini buffet que acompañará al clásico cocktail Aperol Spritz: una parte de Aperol, dos de cava, media luna de naranja y cubitos de hielo.

THE USUAL BRUNCHERS

Only YOU Atocha gained a reputation for innovation by hosting "residencies" with some of the best bartenders in the world. For the first time in Spain, New York's best bartenders got behind the bar at Only YOU Atocha to prepare their concoctions. With these benchmarks and this history, the hotel's cocktail bar has become a model for the city and is now hosting Guest Bartending, a new initiative organized in collaboration with Maker's Mark, Maxxium's premium bourbon brand. One Friday a month, a leading mixologist "takes over" the hotel's bar to prepare their cocktails. They'll also offer a masterclass for anyone hoping to learn about, professional or amateur, bartending. Future Guest Bartenders include Jordi Baques of Sol y Sombra coming November 30th and Luca Izzo of Old Fashioned coming January 19th. Also worth noting is the hotel's Sunday brunch, The Usual Brunchers. Brunch is served in a unique environment and inspired by the original New York trend, with an Italian touch. But the best are the views. The panoramic terrace is the best spot in Madrid.



ESP. Only YOU Atocha se convirtió en una referencia gracias a la "residencia" de las mejores barras del mundo. Durante cuatro meses y por primera vez en España, los mejores bartenders de Nueva York se pusieron detrás de la barra del Only YOU Atocha para preparar sus creaciones. Con estas referencias y esa historia, la coctelería del hotel se ha puesto a la cabeza en la ciudad, y ahora acoge Guest Bartending, una nueva iniciativa con la colaboración de Makers's Mark, el bourbon premium de Maxxium. Un viernes al mes, un coctelero de referencia "toma" la barra del hotel hasta la medianoche para crear sus cocktails, además de ofrecer una master class. Para quien quiera saber algo más de coctelería, sea profesional o aficionado. Sus próximos Guest Bartenders serán Jordi Baques, de Sol y Sombra, el 30 de noviembre, y Luca Izzo, de Old Fashioned, el 19 de enero. Destaca además su brunch dominical The Usual Brunchers. Un brunch en un entorno único e inspirado en la tendencia originaria neoyorquina, con un toque italiano. Pero aún hay algo todavía mejor: las vistas. La terraza panorámica en la séptima planta es el mejor lugar de Madrid.

CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Transport/ Transporte

Variables abound in Spain: you can rent a car to get from one destination to the next, or take one of the many domestic flights connecting the country's major cities. Similarly, the national company train company, Renfe, offers excellent service --including high-speed rail -- and is a great way to travel around the country. In urban areas, taxis are the best way to get around the city. The rate for this means of transport does not vary from season to season. // Dentro de España abundan las variables: desde alquilar un coche para moverse entre los destinos hasta tomar los numerosos vuelos domésticos que conectan cada día las principales ciudades del país. Asimismo, el servicio de tren con la compañía nacional Renfe, es excelente para moverse por el país, incluyendo trenes de alta velocidad. En las ciudades, el taxi es el medio más indicado para los desplazamientos urbanos. En ninguno de estos medios suelen variar las tarifas en temporada.



Cost/ Coste

Taxi services from the airport to most major cities range from 25 to 35€. However, cities like Madrid and Barcelona also have convenient bus, light rail and metro service. // Los servicios de taxi desde los aeropuertos de las principales ciudades oscilan entre los 25 y los 35 euros. No obstante, existen interesantes servicios de autobuses, trenes de cercanías y metro en ciudades como Madrid y Barcelona.



Currency Exchange/ Cambio de dinero

We recommend that you exchange currency at a bank once you arrive in the city; they offer better rates than the booths you'll find in touristy areas. If the bank is closed, the safest way to exchange money is at your hotel's reception. // Le recomendamos que haga el cambio de divisas en los bancos

de la ciudad, suelen tener un mejor cambio que las cabinas de las zonas turísticas. Si el banco está cerrado, la forma más segura es cambiarlo en la recepción del hotel.



Gifts / Regalos

Craft and souvenir shops abound in many cities around Spain, although we recommend you buy local products. From crafts to typical food products such as oil, wine and ham, Spain's sacrosanct triad. // En las distintas ciudades españolas existen numerosas tiendas de artesanía y recuerdos, aunque recomendamos el producto local. Desde artesanía a productos gastronómicos típicos, como el aceite, el vino o el jamón, la sacrosanta tríada española.

cold soups typical of the south, to the meat of the plains, olives and fine aioli from the Mediterranean, fish and seafood from the north or Madrid's typical stews. You'll also find interesting international food and Latin American, European and Asian fusion cuisine. // La espectacular y variada gastronomía española es una fiesta para los sentidos. Comenzando por las sopas frías del sur, las carnes de la meseta, las olivas, el fino y el alioli del Mediterráneo, los pescados y mariscos del norte o los pucheros de Madrid. También encontrará interesantes propuestas internacionales y cocina de fusión latinoamericana, europea y asiática.



Shopping/ Compras

Aside from the commercial districts, make sure you visit the street markets held in every city. // Además de las áreas comerciales, visite los mercadillos locales en cada ciudad.



Food / Comida

Spain's spectacular and varied cuisine is a feast for the senses. From the

INTERVIEW WITH
GEMMA MONTERO
REGIONAL SALES MANAGER
AYRE HOTELES AND ONLY YOU HOTELS



“AYRE ARE HOTELS WITH SOUL”

“AYRE SON HOTELES CON ALMA”

What challenges are you facing at Ayre Hotels?

To continue working with the same enthusiasm and passion I had when I started nearly seven years ago. This would not have been possible without the sales management team: Carmen Nuñez, Pilar Arnas, Maria Cordero and Benjamin Barrionuevo, who along with my colleagues on the corporate team, made me feel at home from the very first day and have made working here a pleasure. I think the spirit of a tight-knit team is contagious for customers.

What characteristics distinguish these hotels? What distinguishes them?

These are functional, urban hotels situated in excellent locations, but, above all, they have a soul.

What sort of rooms does Ayre hotels have and what are its most special services?

We have several types of rooms to satisfy customers' needs. These include different sizes, some targeted mainly at business customers and others designed for leisure or family travel.

Who is your public?

We are focused on both leisure and business travelers.

What is your favorite hotel and what is your favorite spot in that hotel?

For me, each of them has something special and unique. But if I had to pick a single place, it would be the breakfast nook at Ayre Hotel Astoria.

Why should we stay at the hotel this season? Tell us about an experience that's a surefire way to get customers to come back.

The team's empathy and sensitivity make customers feel right at home.

ESP. ¿Cuáles son sus retos desde su posición en Ayre hoteles?

Seguir trabajando con la misma ilusión y pasión con la que comencé hace casi siete años. Esto no hubiera sido posible sin el equipo de gerentes de ventas Carmen Núñez, Pilar Arnas, Maria Cordero y Benjamín Barrionuevo que, junto a mis compañeros del equipo corporativo, me han hecho sentir como en casa desde el primer día y trabajar muy a gusto. Creo que el espíritu de un equipo compacto y unido se contagia al cliente

¿Qué características tienen estos hoteles? ¿Qué los distingue?

Son hoteles urbanos, funcionales, con buena ubicación, pero sobre todo con alma.

¿Qué tipos de habitaciones tienen los hoteles Ayre y cuáles son sus servicios más particulares?

Disponemos de varios tipos de habitaciones orientadas a satisfacer siempre las necesidades del cliente. Diferentes tamaños, unas más orientadas al cliente de empresa y otras diseñadas para estancias de ocio o familia.

¿Quién es su público?

Estamos enfocados tanto al cliente de ocio como al de negocio.

¿Cuál es su hotel favorito y el rincón favorito del mismo?

Para mí todos tienen algo especial y único. Pero si tuviera que decidirme por alguno sería el Ayre Hotel Astoria y su fantástico desayuno.

¿Por qué deberíamos alojarnos en Ayre hoteles esta temporada? Cuéntenos una experiencia infalible para que el cliente repita.

La empatía y sensibilidad del equipo humano de los hoteles hacen que el cliente se sienta como en casa.





DOMINICAN REPUBLIC

THE DESTINATION FOR EXTRAORDINARY NATURE • EL DESTINO DE LA NATURALEZA EXTRAORDINARIA

The Dominican Republic is a leading country in terms of natural beauty. Located on the island of Hispaniola, the land of the Dominicans combines tropical exuberance with the crystal clear blue waters of its beaches. It's the perfect destination for a family vacation, fun with friends or a romantic getaway at Palladium's resorts.

/ ESP. La República Dominicana es un país líder en belleza natural. Enclavado en la isla de La Española, la tierra de los dominicanos combina la exuberancia tropical con los azules cristalinos de sus playas paradisíacas. Un destino ideal para escaparse en familia, divertirse con los amigos o disfrutar de una estancia romántica en los resorts de Palladium.

Punta Cana Remodeling

REMODELACIÓN PUNTA CANA



The new Hemingway bar, an adults only bar, ideal for a relaxed drink.

/ **ESP.** El nuevo bar Hemingway, sólo para adultos. Ideal para tomar una copa relajada.



**AFTER THE REMODELING,
THE HOTEL NOW HAS
BRAND NEW ROOMS AND
RESTAURANTS AND A
CUTE CARIBBEAN BAR.**

TRAS LAS REMODELACIONES,
EL HOTEL ESTRENA
NUEVAS HABITACIONES
Y RESTAURANTES Y UN
COQUETO BAR CARIBEÑO.



The ambitious remodeling at this hotel has resulted in a grand total of 280 completely renovated rooms. The lobby, rooms and El Behique restaurant have also been remodeled. Moreover, the Hemingway Bar, a tasty, lively, and colorful Caribbean just off the lobby, was also recently inaugurated. Inspired in 1950's style Cuban modernism, our bar for adults-only is the ideal haven in which to enjoy a drink or coffee in a laid-back and intimate atmosphere. The bar also serves snacks to accompany the cocktails and the drinks are made with premium brands, which makes visiting during your stay a must. / **ESP.** La ambiciosa remodelación de este hotel ha contado con un balance final de 280 habitaciones completamente renovadas. Se ha reformado asimismo todo el lobby, las habitaciones y el restaurante El Behique. Además, se ha inaugurado el Bar Hemingway junto al lobby, un local caribeño con mucho colorido, sabor y vida. Inspirado en el modernismo cubano de los años 50, nuestro bar sólo para adultos es el refugio ideal para tomar una copa o un café en un ambiente relajado e íntimo. Se sirven snacks para acompañar los cócteles y las bebidas son premium, lo que lo convierten en un clásico imperdible durante su estancia.

WELLNESS AND HARMONY



Zentropía Spa & Wellness le ofrece una oportunidad única para desconectar y relajarse con una experiencia de bienestar total. Un edificio moderno con adornos de metal colgantes que decoran bellamente el lobby para darle la bienvenida. Cuenta con una extensión de más de 4.000 m² y 11 cabinas de tratamiento. It is the perfect choice for nature lovers, with its four palm shelters standing right on the beach. The soothing murmur of the Caribbean Sea rounds off this incomparable experience.

/ ESP. BIENESTAR Y ARMONÍA. Zentropía Spa & Wellness le ofrece una oportunidad única para desconectar y relajarse con una experiencia de bienestar total. Un edificio moderno con adornos de metal colgantes que decoran bellamente el lobby para darle la bienvenida. Cuenta con una extensión de más de 4.000 metros cuadrados y 11 cabinas de tratamiento. Una opción ideal para los amantes de la naturaleza que se relajarán en nuestras cuatro palapas ubicadas directamente en la playa. El envolvente sonido del Mar Caribe completará esta incomparable experiencia.

Hydrotherapy at the Zentropía Spa & Wellness modern facilities. **ESP.** Hidroterapia en las modernas instalaciones del Zentropía Spa & Wellness.

activities / actividades



Amber Museum

Apparently, the quality of the amber found on the island is excellent and it contains the fossils of insects and plants so old that no human ever actually saw them when they were alive. This museum also displays specimens from all over the world. / **ESP.** Al parecer, el ámbar de la isla es de una calidad espléndida y en su interior resisten, como el primer día, insectos y plantas que probablemente no llegaron a ver al ser humano. En este museo se recopilan, además, ejemplares de todo el mundo.

Saona Island

There is a one-day excursion from Punta Cana that is hard to forget. Saona is the island you imagine exploring when you think of going to the Caribbean to relax on its beaches. / **ESP.** Existe una excursión de un día, desde Punta Cana, que resulta difícil de olvidar. Para relajarse en sus playas o para explorarla, Saona es la isla que emerge en nuestra imaginación cuando pensamos en el Caribe.

Cueva de las Maravillas (Cave of Wonders)

Between La Romana and Santo Domingo we find a 2,583-square foot cave that is open to the public and whose origins date back over 100,000 years ago. In addition to the columns, stalactites, and stalagmites, the cave also contains cave paintings attributed to the Tainos, the tribe that once inhabited it. / **ESP.** Entre La Romana y Santo Domingo encontramos una cueva abierta al público, de 240 metros, cuyo origen se remonta a hace más de 100.000 años. Además de las columnas, estalactitas y estalagmitas, en ella se aprecian las expresiones pictóricas de los Taino, la tribu que la habitó.

Sunken Ship

Do you like diving? Samaná is one of the least exploited parts of the island as far as tourism is concerned, and you can go diving there and explore such sites as the Sunken Ship off Las Galeras. It's a worthwhile excursion. / **ESP.** ¿Le gusta bucear? Samaná es una de las partes de la isla menos explotadas turísticamente hablando y además ofrece la posibilidad de bucear en lugares como Barco hundido, frente a Las Galeras. Una excursión que merece la pena.

INTERVIEW WITH
FREDERICK RODRÍGUEZ
 ASSISTANT GENERAL DIRECTOR AT TRS HOTELS
 / DIRECTOR DE ALOJAMIENTO EN TRS HOTELS

“MAKE OUR CUSTOMERS HAPPY IS THE MOST IMPORTANT THING”

“HACER FELICES A NUESTROS CLIENTES ES PRIMORDIAL”

by **MARTÍN ULLOA**

What's so special about this resort?

It's a wonderful resort located on one of the best beaches in the world, a UNESCO World Heritage Site. The beach has a beautiful palm grove and wonderful gardens. For me, it's the perfect place to unwind and take a break from the day-to-day routine, and it also helps that we have the best SPA in the country, entertainment for people of all ages, fantastic à la carte restaurants with local chefs offering a unique and original gastronomic experience with the sort of warmth and friendliness that characterizes Dominicans.

What are your duties? Tell us what a normal workday is like for you.

In this profession, you have to do a little bit of everything, but the most important thing is to make our customers happy, so all my duties share the goal of making sure that,

ultimately, each and every person that comes to visit us has an unforgettable experience that will make them want to come back. That's why we work hard to keep our facilities up-to-date, renovating infrastructures, creating new services and new spaces, innovating in our kitchens, constantly training our collaborators, creating a positive work environment, planning improvements with our teams, but, above all, listening to our customers and trying to satisfy their needs. On an average day at the resort, I walk a minimum of 15 kilometers (9 miles) on my supervisory rounds, the days are long, but when you're passionate about your work, it's really very rewarding. As I often tell my friends, we're basically managing a miniature city, it's as if I were the mayor of a little village in my beloved Galicia.

What are your favorite

services at the hotel?

In this sense, I think our Zentropia SPA is my favorite, because of the atmosphere and because of its facilities, the gym is amazing, I once saw a customer who was moved to tears when she first saw it. Although, like the foodie I am, I also love the service at the à la carte restaurants and bars, where you can enjoy anything from a great cut of steak, to Indian spices, Mexican spices, Spanish tapas, or exotic Asian cuisine, not to mention a gigantic hamburger at the sports bar.

What novelties do are in store this season?

You have to come and experience it, we're going to have new restaurants: La Paisana, for barbecue lovers; a Peruvian fusion restaurant called Nikkei el Kusko; Sumptuori, with its famous teppanyakis, which will also be remodeled; the new beachside Helios Beach Club, exclusively for our fans at TRS Hotels. We've worked really hard on the menus, and our mouths were watering the whole time we worked on them. At Grand Palladium Punta Cana we have a spectacular new and completely improved show-cooking restaurant, El Behique; 280 remodeled rooms; a new lobby; the Hemingway Bar with a new theme featuring live Caribbean musica, the ambiance is fabulous; and if you want to enjoy a nice glass of wine in a more laid-back atmosphere, you can visit our wine bar at Grand Palladium Bavaro, First Wine. This year, we're celebrating the 25th anniversary of the opening of the first hotel, and, even if

you've been here 25 times, your experience will never be the same as it was last year, there will always something new to surprise you.

What values does Palladium Hotel Group convey to its customers?

Innovation, freshness, excellence, quality, elegance, comfort, luxury, integrity, familiarity.

ESP. ¿Qué particularidades tiene este resort?

Es un maravilloso resort situado en una de las mejores playas del mundo, declarada por la Unesco Patrimonio de la Humanidad. Cuenta además con un hermoso palmeral y magníficos jardines. Para mí es el lugar idóneo para desconectar y salir de la rutina diaria. Para ello contamos con el mejor SPA del país, entretenimiento para todas las edades, fantásticos restaurantes a la carta con chefs originarios del país, al que gastronómicamente representan. Una experiencia única y diferente gracias a la calidez y amabilidad de la gente dominicana.

¿En qué consisten sus tareas? Cuéntenos un poco cómo es su día a día laboral.

En esta profesión tienes que hacer un poco de todo, pero lo primordial es hacer felices a nuestros clientes, así que todas mis tareas tienen como objetivo lograr que al final, la experiencia de cada persona que decide visitarnos sea tan inolvidable que quiera siempre volver. Para ello trabajamos muy duro en mantener al día nuestras instalaciones, renovar infraestructuras, crear



© Georges Guraschier

nuevos servicios y espacios, innovar nuestras cocinas, capacitar continuamente a nuestros colaboradores, crear un ambiente laboral adecuado, planificar con los equipos trabajos de mejora... Pero sobre todo, escuchar a nuestros clientes y satisfacer sus necesidades.

En un día normal en este resort hago mínimo a pie unos 15

kilómetros sólo en recorridos de supervisión. Los días son largos, pero cuando uno se dedica a lo que le apasiona es muy reconfortante. Como suelo decir a amigos, gestionamos una mini ciudad, es como ser alcalde en algún pueblecito de mi querida Galicia.

¿Y cuáles son los servicios que prefiere?

Creo que nuestro SPA

Zentropia en ese aspecto es mi preferido, por la atmósfera del lugar y sus instalaciones. El gym es una pasada, he visto llorar a una clienta de la emoción al verlo por primera vez. Aunque como buen foodie también me encanta el servicio de restaurantes a la carta y bares, donde ofrecen desde un buen corte de carne, pasando por las especias

hindúes, el picante mexicano, las tapas españolas, la exótica gastronomía asiática... Sin olvidarnos de una gigantesca hamburguesa en el sport bar.

¿Qué novedades tienen preparadas para esta temporada?

Hay que venir a vivirlas, tendremos nuevos restaurantes, con recetas para amantes de carnes al carbón en La Paisana. Otro de fusión peruano – Nikkei el Kusko-. El Sumptuori también será renovado con sus famosos teppanyakis. En el nuevo Beach Club Helios a pie de playa exclusivo para nuestros fans de TRS hotels, hemos trabajado muy a fondo los menús, y mientras lo hacíamos a alguno se nos hacía la boca agua. En Grand Palladium Punta Cana contaremos con un restaurante show cooking nuevo espectacular, el Behique, completamente mejorado. Y con 280 habitaciones reformadas, lobby nuevo, el bar Hemingway con una nueva temática de música en vivo caribeña... Habrá un ambiente fabuloso, y para los que deseen un buen vino y una atmósfera más relajada podrán visitar nuestra enoteca en Grand Palladium Bavaro, First wine. Este año cumplimos 25 años desde la apertura del primer hotel, y aunque hayas venido 25 veces, tu experiencia nunca será igual a la del año pasado, siempre habrá algo nuevo que te sorprenda.

¿Cuáles son los valores que transmite Palladium Hotel Group a sus clientes?

Innovación y vanguardia, excelencia, calidad, elegancia, confort, lujo, confianza, cercanía...

NIKKEI
CUISINE



NEW KUSKO RESTAURANT

by **MARTÍN ULLOA**



An exceptional space for Nikkei cuisine presented as deluxe 'tapas'. This exclusive TRS Turquesa Hotel restaurant presents a new gastronomic concept based on sampling platters and deluxe tapas. With its focus Peruvian and Japanese fusion cuisine, also known as Nikkei cuisine, the menu captures the essence of the best of each of these culinary influences, combining typical Peruvian ingredients like ají and lemon, with Japanese ginger and miso. A creative fusion of flavors created especially by our chef awaits you. The concept for this restaurant is based sample platters and also inspired by Spanish tapas, so diners have a chance try a huge variety of dishes. TRS Turquesa Hotel's Chef Siddhartha will be in charge of supervising this restaurant.



Infographics of the Kusko restaurant's interior. A new temple for the Nikkei cuisine.
/ **ESP.** Infografías del selecto interior del restaurante Kusko. Un nuevo templo para la cocina Nikkei.

ESP. Un espacio excepcional para la gastronomía nikkei entendida como tapas de lujo. Este restaurante exclusivo de TRS Turquesa Hotel presenta un nuevo concepto gastronómico basado en la degustación y en las tapas de calidad excepcional. Centrado en la suma de la cocina peruana y la japonesa, la llamada cocina nikkei, la carta captura la esencia de lo mejor de cada una de las influencias gastronómicas, con ingredientes típicos como el ají y el limón de Perú, maridados con el jengibre o el miso de Japón. Le espera una creativa fusión de sabores elaborada especialmente por nuestro chef. El concepto de este restaurante es de cocina degustación, inspirado también en las tapas españolas, por lo que los comensales podrán probar una gran variedad de platos. El chef Siddhartha supervisará este restaurante como Chef de TRS Turquesa Hotel.



by **JORDI TEIXEIRA**

HELIOS BEACH CLUB, THE MEDITERRANEAN IN LATIN AMERICA

Helios Beach Club is inspired by Ibiza's legendary beach clubs. At Helios, you'll find a unique, laid-back atmosphere. It is the ideal place to enjoy the open air and good music, while enjoying breakfast, lunch or dinner. In addition to the menu, the club also offers self-service stands, live shows and many more surprises.

The beach club is composed of three areas: the main building with the restaurant and the Helios Beach Club, the Gaia Pool Bar, and the Ío Pool Bar. There's also a pool and exclusive beach area.



Helios Beach Club is inspired by Ibiza's most exclusive beach clubs.
/ **ESP.** El Helios Beach Club está inspirado en los mejores beach clubs de Ibiza.

Palladium Travel Club members have an area with hammocks reserved exclusively for them. The main restaurant serves breakfast and à la carte lunch, as well as an exclusive lunch menu for the pool hammock area. At night, Helios is transformed into a full-fledged à la carte restaurant whose menu, featuring fish, seafood and meat dishes, is inspired in Mediterranean cuisine.

There is another Helios and a Gaia Pool Bar in Punta Cana. Of course, the main difference is that, in this case, the beach club is located between the main pool at TRS Turquesa and the beach, and Gaia coexists inside Helios. They also offer à la carte service, and, at night, Helios is run as a full-fledged à la carte restaurant, with the same theme as in the Yucatan.

ESP. HELIOS BEACH CLUB, EL MEDITERRÁNEO EN AMÉRICA. Helios Beach Club está inspirado en los míticos beach clubs ibicencos. En Helios encontrarás un ambiente único y relajado, ideal para disfrutar del aire libre y la buena música, mientras se sirven desayunos, almuerzos y cenas. Además del menú, cuenta con stands de autoservicio, shows en vivo y muchas sorpresas más. El beach club está dividido en tres: el edificio principal, con restaurante y beach club Helios; el pool bar Gaia y el pool Bar Ío. También tiene una piscina y área de playa exclusiva. Los socios del Palladium Travel Club tienen un área de hamacas exclusiva. El restaurante principal cuenta con desayuno y comida a la carta, así como un menú de comida exclusivo para las hamacas de la piscina. Por la noche, Helios pasa a ser un restaurante a la carta en toda regla con una oferta inspirada en el Mediterráneo: pescados, mariscos y carnes.

En Punta Cana también existe un Helios y un pool bar Gaia. Aunque la principal diferencia es que en este caso el beach club está entre la piscina principal de TRS Turquesa y la playa y Gaia coexiste dentro de Helios. También tienen servicio a la carta y por la noche Helios funciona como un restaurante a la carta en toda regla, con la misma temática que en Yucatan.



INSPIRED BY IBIZA'S MOST EXCLUSIVE BEACH CLUBS. View of the Helios Beach Club comfortable terrace, an invitation to the most sophisticated hedonism to enjoy outdoor the best gastronomy and cocktails while listen to the best electronic music. // **ESP. INSPIRADO EN LOS BEACH CLUBS MÁS EXCLUSIVOS DE IBIZA.** Vista de la confortable terraza del Helios Beach Club, una invitación al hedonismo más sofisticado donde disfrutar de la mejor gastronomía y de cócteles de diseño al aire libre mientras suena la mejor música electrónica.

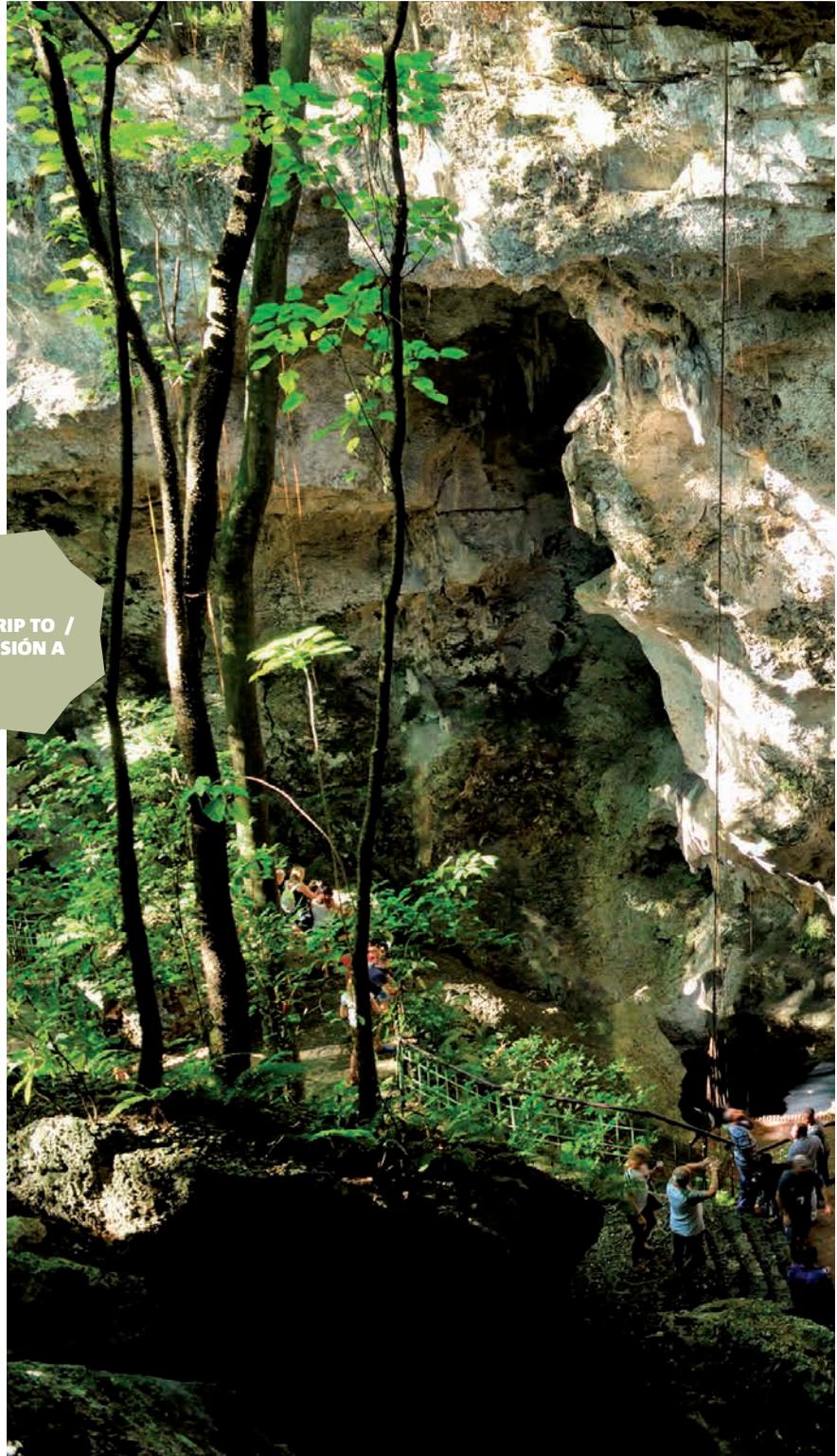
LOS TRES OJOS

by MARTÍN ULLOA

FIELD TRIP TO /
EXCURSIÓN A

The cavern in Los Tres Ojos National Park is located in the town of Santo Domingo Este, just a few miles from the capital. It is worth noting for the fresh water lake inside, which is composed of three lagoons and an exterior lake. The spectacular body of crystal-clear sulfurous water amazes visitors with its cleanliness and greenery. This spot was once venerated by the Taíno, who made ritual offerings to the gods here. Forgotten for centuries, the place reemerged during the last century and is greatly appreciated for its rich underground formations and spectacular sulfur lake.

ESP. La caverna del Parque Nacional Los Tres Ojos es una gruta ubicada en el municipio Santo Domingo Este, a pocos kilómetros de la capital. Destaca principalmente por su lago de agua dulce interior, dividido en tres lagunas y un lago exterior. Una espectacular mancha de aguas cristalinas y sulfurosas que sorprende al visitante por su limpieza y verdor. En este lugar, venerado por los indios taínos, realizaban ofrendas rituales a sus dioses. Olvidado durante siglos, la caverna resurgió en el siglo pasado y fue puesta en valor por su riqueza subterránea y su espectacular lago de azufre.





TRAVEL TIPS

CONSEJOS PARA EL VIAJERO



Best transport

The best way to travel from the resort to the airport is by tourist taxi. It is advisable to ask for the official rates before jumping in one. / **ESP.** MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto son los taxis turísticos. Conviene preguntar por la tarifa oficial antes de subirse a uno de ellos.



Rates

Taxi rates are as follows: Captain Cook Restaurant, 10 USD; commercial centres, 15-20USD, airport, 35USD, Macao beach, 45 USD; Higüey (the nearest town) 70USD; La Romana 120USD; Santo Domingo, 200USD. / **ESP.** PRECIOS. Las tarifas del taxi son las siguientes: Restaurante Capitán Cook, 10 USD; centros comerciales, 15/20

USD; aeropuerto, 35 USD; playa Macao, 45 USD; Higüey, la ciudad más próxima, 70 USD; La Romana 120 USD; Santo Domingo, 200 USD.



Public transport

In Bavaro public transport is quite limited, but there are free round-trip services to the main commercial areas. / **ESP.** TRANSPORTE PÚBLICO. En Bávaro el transporte público es muy limitado. Hay servicios gratuitos a las principales plazas comerciales de la zona (ida y vuelta).



Money Exchange

We offer a currency exchange service at the reception desks for our hotels, with a small administrative fee.. We do not advise exchanging currency with individuals offering

this service. / **ESP.** CAMBIO DE MONEDA. En las recepciones de nuestros hoteles ofrecemos este tipo de servicio, con un coste mínimo de gestión. No se aconseja cambiar divisas a personas que se ofrezcan en lugares no oficiales.



Shopping

There is an excellent retail area within the resort. You can also visit San Juan Square and Palma Real Shopping Centre. Take the free transport service from the hotel. / **ESP.** COMPRAS. Hay una zona comercial dentro del propio resort. También se puede visitar la Plaza San Juan y Palma Real Shopping Center con transporte gratuito desde el hotel.



Cool hangouts

Noah, Citrus, Captain Cook, Casa Galicia and Outback are five of our favourite restaurants. For a drink or dancing don't miss Go Drink, Cocobongo and Mangú Disco.

/ **ESP.** DE MODA. El Noah, Citrus, Capitan Cook, Casa Galicia y Outback son cinco restaurantes muy aconsejables. Para salir de copas o pasar la noche bailando tienes que visitar Go Drink, Cocobongo y Mangú Disco.



Unmissable

There are places that you should visit if you want to immerse yourself in the local culture: Saona Island, Basilica de La Altagracia and Altos de Chavony are all worth a visit while you're in the Dominican Republic. / **ESP.** IMPERDIBLES. Hay

lugares que hay que visitar si uno quiere imbuirse de la cultura local. Isla Saona, Basílica de La Altagracia y Altos de Chavony son imperdibles en un viaje a República Dominicana.



Lobbies

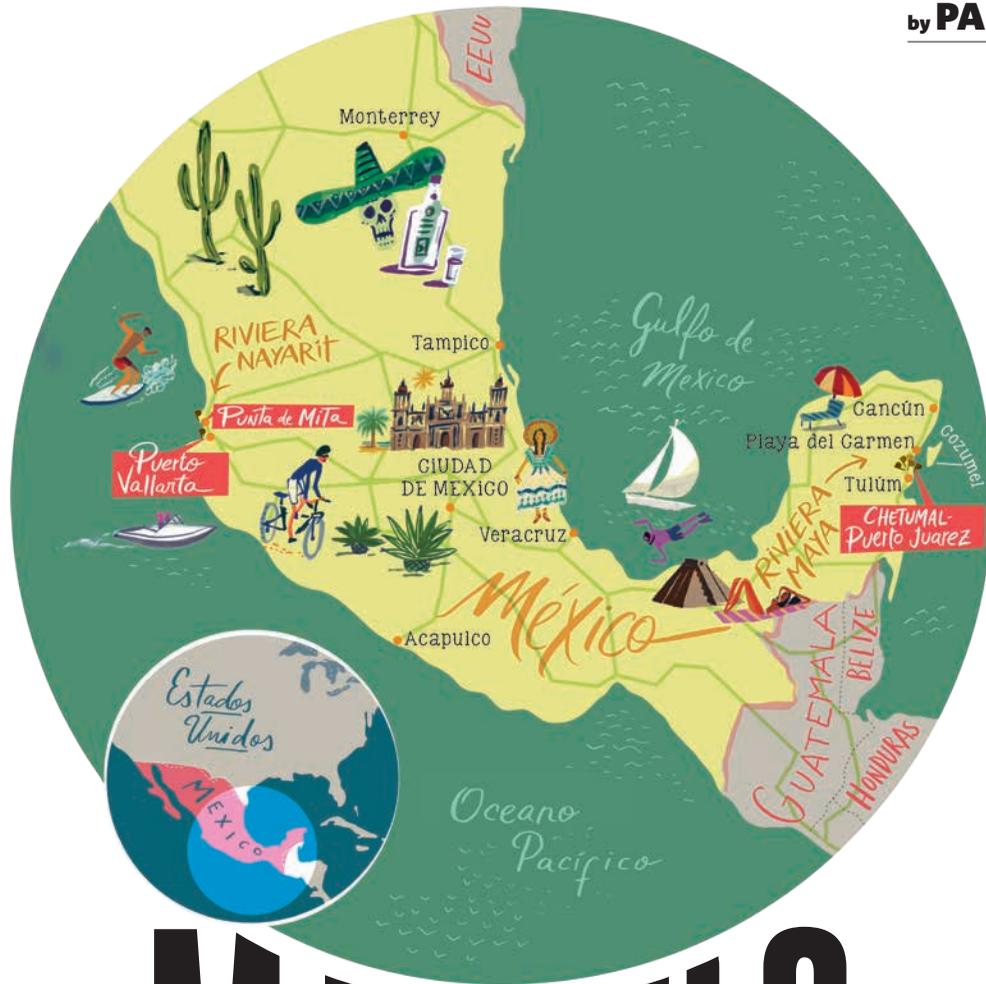
Guests can find a range of external services in our hotel lobbies, including car rentals, photography and excursions. We are available to provide any service that our guests might need, just ask! / **ESP.** Los lobbies del hotel ofrecen servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones. Estamos en disposición de proporcionar cualquier servicio que necesite.



Resort map / Mapa del resort

- | | |
|---|--|
| 1. Beach Bars. / Bares de playa. | 9. Zentropia Palladium Spa & Wellness. |
| 2. TRS Hotels Beach Club. | 10. Business Centre / Salón de negocios. |
| 3. Pool Bar / Bar de piscina. | 11. Casino. |
| 4. Swim-up Pool / Piscinas. | 12. Raggs Breakfast / Desayuno Raggs. |
| 5. Wedding Gazebo / Gazebo de bodas. | 13. Sport Centre / Centro deportivo. |
| 6. TRS Hotels pool / Piscina TRS Hotels. | 14. Sunset Theater / Teatro Sunset. |
| 7. Xtra Time Sports Bar / Xtra Time Sports Bar. | 15. Miniclub. |
| 8. Merengue Theatre / Teatro Merengue. | 16. Black & White Junior Club. |





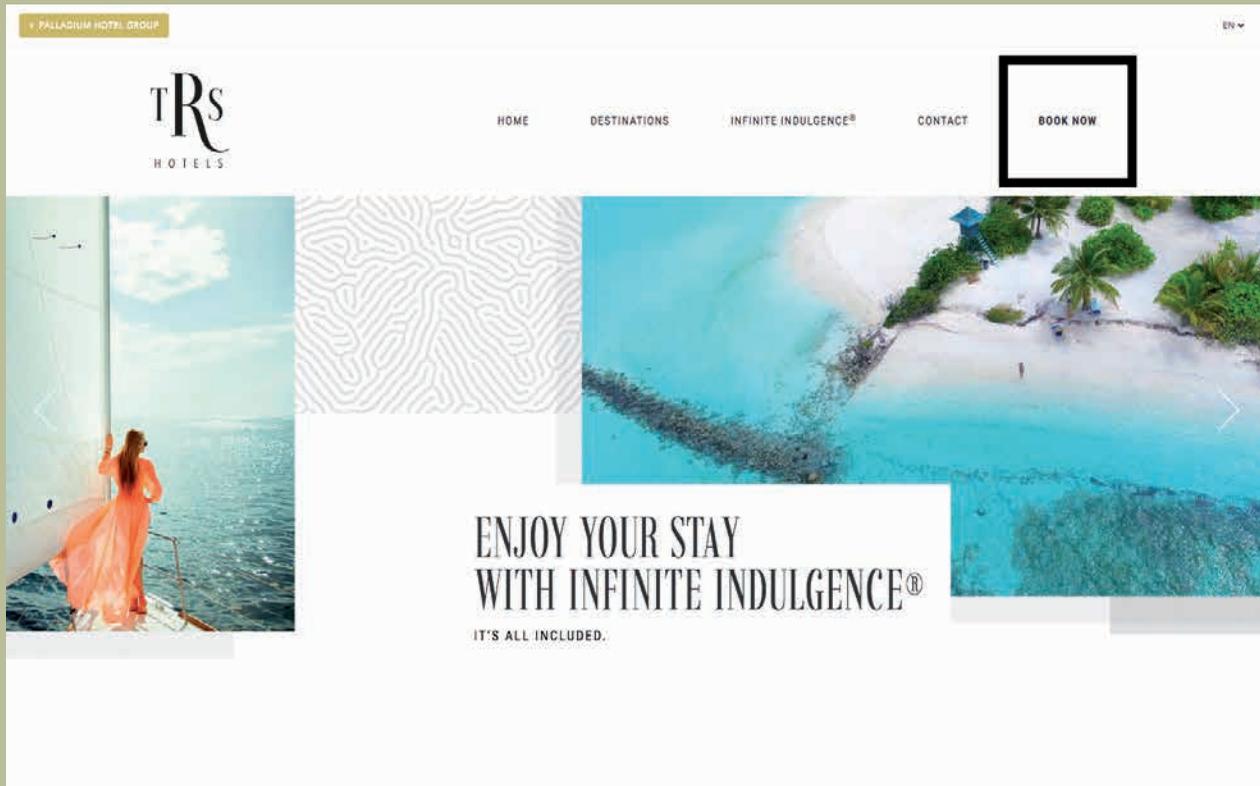
MEXICO

BETWEEN TWO OCEANS • ENTRE DOS OCÉANOS

Two riverias bathed by two oceans: the Atlantic and the Pacific. In addition to its lush rainforest. Two sides of the same country. Two different ways to relax on your holidays. / **ESP.** Dos riverias bañadas por dos océanos, el Atlántico y el Pacífico. Las aguas coralinas del caribe acarician las playas de los hoteles Palladium de Riviera Maya. También la espesa selva. Dos caras de un mismo país. Dos caras de unas vacaciones para sentirse bien.

The new digital face of TRS Hotels

LA NUEVA CARA DIGITAL DE TRS HOTELS



TRS HOTELS IS LAUNCHING A NEW WEBSITE IN KEEPING WITH ITS CONCEPT AS AN EXCLUSIVE HOTEL. THE BEST ADULTS-ONLY EXPERIENCE AND THE MOST EXCLUSIVE SERVICE BEGINS ONLINE BEFORE EMBARKING ON YOUR JOURNEY.

TRS HOTELS ESTRENA UNA NUEVA WEB ACORDE A SU EXCLUSIVO CONCEPTO HOTELERO. LA MEJOR EXPERIENCIA ADULTS-ONLY Y EL SERVICIO MÁS EXCLUSIVO COMIENZA EN INTERNET ANTES DE HACER EL VIAJE.



The new TRS Hotels website, hosted within Palladium Hotel Group's main site, is showing off the exclusive concept behind its reinvention of the all-inclusive resort. Worth nothing is the landing page that evokes the chain's Costa Mujeres, Riviera and Punta Cana destinations, as well as tab where you can make reservations online and the brand's Infinite Indulgence® concept. / **ESP.** La renovada web de TRS HOTELS, alojada en el site principal de Palladium Hotel Group, ofrece un concepto exclusivo que ha reinventado el resort 'todo incluido'. Destaca su portada de acceso a los destinos en Costa Mujeres, Riviera y Punta Cana, la pestaña para reservas online y su concepto Infinite indulgence®.

LOBBY VALLARTA REMODELING

Grand Palladium Vallarta Resort & Spa is opening its newly remodeled lobby. **ESP.** El Grand Palladium Vallarta Resort & Spa estrena un lobby completamente reformado.



The Grand Palladium Vallarta Resort & Spa Hotel has just undertaken an ambitious remodeling of its main entrance: the resort's lobby. The lobby has been expanded and all the materials, from the floor to the lighting up to and including the furniture, have been renewed. Grand Palladium Vallarta Resort & Spa has now a totally remodeled and expanded lobby with luxurious materials and innovative furniture, a spacious reception area and a sitting area. The hotel is thus showing new customers and faithful guests a new and improved look.

/ ESP. REMODELACIÓN LOBBY VALLARTA. El hotel Grand Palladium Vallarta Resort & Spa acaba de ser objeto de una ambiciosa remodelación en su cara principal, el lobby del resort. Se ha ampliado y se han cambiado todos los materiales, desde el suelo hasta la iluminación, así como todos los muebles. Ahora, el Grand Palladium Vallarta Resort & Spa cuenta con un lobby totalmente remodelado y ampliado con materiales de lujo y muebles innovadores, una amplia recepción y una zona de sofás. El hotel muestra así una nueva y mejor cara para sus nuevos clientes y los usuarios más fieles.





WHAT'S ON MEXICO

From the Earth to the Moons

An insightful exhibition about the Earth's satellite featuring photographs taken from space ships and surprising facts about the Earth's moon and all those other moons orbiting the various planets in the universe. [Science Tunnel, Vallejo Poniente, Mexico City Through April 1, 2019](#)

/ **ESP.** Una exposición reveladora sobre el satélite terrestre a través de fotografías tomadas desde naves espaciales, con datos sorprendentes de la Luna terrestre y de aquellas otras lunas del Universo que orbitan alrededor de diferentes planetas.

[Túnel de la Ciencia, Vallejo Poniente, México DF](#)
[Hasta lunes 1 abril 2019](#)



2018 Vive Latino Festival

The Vive Latino Ibero-American Musical Culture Festival will celebrate its 19th edition, featuring performances by Gorillaz, Morrissey, Queens of the Stone Age, Noel Gallagher and many others. [March 18th and 19th at Foro Sol, Mexico City](#)
www.vivelatino.com.mx

/ **ESP.** El Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino llevará a cabo su 19 edición con Gorillaz, Morrissey, Queens Of The Stone Age, Noel Gallagher y muchos más. [18 y 19 de marzo en el Foro Sol, México DF.](#) www.vivelatino.com.mx

BON IVER IN MONTERREY

BON IVER EN MONTERREY

American singer-songwriter Justin Vernon will be visiting Monterrey for the first time since he first revolutionized folk music 10 years ago with his memorable "For Emma, Forever Ago." [January 27, 2018, Citibanamex Auditorium](#) / **ESP.** El cantautor norteamericano Justin Vernon nos visita por primera vez desde que hace 10 años revolucionó el mundo de la música folk con su memorable 'For Emma, Forever Ago'. [27 de enero de 2018, Auditorio Citibanamex](#)
boniver.org



The Man of La Mancha

An original musical inspired by Cervante's classic work that opens with the author himself serving time in prison, sentenced by the Spanish Inquisition. There, Cervantes puts on a play about Don Quixote in which he and his fellow inmates play the various different characters. [San Rafael Theater, San Rafael Through Sunday, January 28, 2018](#)

/ ESP. Un particular musical inspirado en la clásica obra cervantina que comienza con el propio autor encerrado en prisión por la inquisición española. Allí, Cervantes representará una función teatral sobre don Quijote, en la que él y los prisioneros interpretan a los diferentes personajes. [Teatro San Rafael, San Rafael Hasta domingo 28 enero 2018](#)

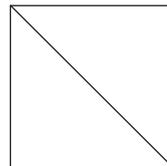


THE WORLD OF TIM BURTON

EL MUNDO DE TIM BURTON



An enlightening exhibit about the sources of inspiration and the unique creative world of the creator of such hits as Beetlejuice (1988), Edward Scissorhands (1990), and Charlie and the Chocolate Factory (2005). [Through April 8, 2018. Franz Mayer Museum / ESP.](#) Una reveladora muestra para conocer de cerca las inspiraciones y el particular mundo creativo del creador de éxitos como Beetlejuice (1988), Eduardo Manos Tijeras (1990) o Charlie y la Fábrica de Chocolate (2005). [Hasta el 8 abril 2018. Museo Franz Mayer \[www.timburton.mx\]\(http://www.timburton.mx\)](#)



EDC MÉXICO

With over 120 concerts on 7 stages, this year the Electric Daisy Carnival Electronic Music Festival features guest DJs Tiësto, Eric Prydz and Flosstradamus. [February 24th and 25th. Hermanos Rodríguez Racetrack, Mexico City. / ESP.](#) Con más de 120 conciertos en siete escenarios, el festival de música electrónica Electric Daisy Carnival trae este año a los djs Tiësto, Eric Prydz, Jauz y Flosstradamus. [24 y 25 de febrero. Autódromo Hermanos Rodríguez, México. \[mexico.electricdaisycarnival.com\]\(http://mexico.electricdaisycarnival.com\)](#)

BODY AND MIND RELAX

Spa and beauty centers Zentropia Palladium Spa & Wellness invite you to tone and purify the body inside and out in dreamlike spaces.

ESP. Los centros de Spa y belleza Zentropia Palladium Spa & Wellness invitan a tonificar y purificar el cuerpo por dentro y por fuera en unos espacios de ensueño.



ZENTROPIA
PALLADIUM
SPA &
WELLNESS



Zentropia Palladium Spa & Wellness, offer to you a personalized service which entails taking care of every single detail you will receive and the opportunity to enjoy the unforgettable experience at our beautiful spa surrounded by an outstanding environment of 4000 m2 inspired by the Mayan culture, focusing on beauty and relaxation where only the best products are selected and used for our spa experiences. In the spa you can enjoy massages, facials and body treatments applied by a team of highly qualified professional therapists.

/ ESP. RELAX DEL CUERPO Y LA MENTE. Zentropia Palladium Spa & Wellness, le ofrece un servicio personalizado que consiste en cuidar cada detalle que recibirá y la oportunidad de disfrutar de una experiencia inolvidable en nuestro hermoso spa rodeado de un entorno sobresaliente de 6.000 metros cuadrados inspirado en la cultura maya. Este servicio se centra en la belleza y la relajación, y en él sólo se seleccionan y utilizan los mejores productos para unas increíbles experiencias de spa. En el spa podrá disfrutar de masajes, tratamientos faciales y corporales aplicados por un equipo de terapeutas profesionales altamente cualificados.



THINK PINK

Over the month of October, Palladium Hotel Group's entertainment team has focused on raising awareness about the fight against cancer. Coinciding with the International Day Against Breast Cancer, on October 19th, we organized a series of events in various locations, including a walk against cancer and yoga classes against cancer. At the hotels, we set up photo-calls with pink ribbons and flowers where people could have their picture taken and make donations, receiving a commemorative pin in exchange. We also organized events including a tea party against cancer and an informative session in which a doctor gave a talk about breast cancer prevention. Other actions included making little pink "cupcakes" and cookies for the tea party, and serving a special pink cocktail at the bars, with 100% of the profits donated to the fight against breast cancer or special treatments at our Spas.



/ ESP. Durante el pasado mes de octubre, el equipo de animación de Palladium Hotel Group se centró en la concienciación contra el cáncer. Coincidiendo con el día internacional contra esta enfermedad, el 19 de octubre, se organizaron en las diferentes localizaciones una serie de actos como la caminata contra el cáncer o las clases de yoga contra el cáncer. En los hoteles se instalaron 'photocalls' y lazos rosas con flores, así como botes de donativos en los que la gente pudo hacerse fotos y colaborar. También se organizaron acciones como el té contra el cáncer y el día de la información, donde un médico realizó una charla informativa para prevenir el cáncer de mama. Otras acciones fueron la creación de pastelillos rosas tipo 'cupcakes' y pastas para el día del té, así como el cóctel especial en color rosa en los bares, cuyos beneficios fueron destinados íntegros a la ayuda contra el cáncer de mama o tratamientos especiales en los Spa.

TRAVEL TIPS

CONSEJOS PARA EL VIAJERO



Best transport

The best way to travel between the resort and airport is by public taxi or any private transport company booked in advance. / **ESP.** MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto es el taxi o alguna empresa de transporte privado contratada con anterioridad.



Rates

The taxi service between the resort and the airport costs between 185USD and 200USD in the Mayan Riviera and 25USD in the Nayarit Riviera. / **ESP.** PRECIOS. El servicio de taxi entre el resort y el aeropuerto cuesta entre 185 y 200 dólares en Riviera Maya y 25 dólares en Riviera Nayarit.



Public transport

Travelling on public transport is safe, although it is sometimes uncomfortable. There are bus stops near the lobbies of the Mayan Riviera and Nayarit Riviera resorts to take you to nearby locations. In the Mayan Riviera buses run every 15-20 minutes. / **ESP.** TRANSPORTE PÚBLICO. Viajar en transporte público es seguro, aunque en muchas ocasiones, incómodo. Hay paradas cerca de los lobbies de los hoteles de Riviera Maya y Riviera Nayarit para ir a los lugares de interés más cercanos. En Riviera Maya la frecuencia de paso es de 15-20 minutos.



Money exchange

The most comfortable and secure way to exchange money is in the hotel lobbies. There are also bureaus de change in the tourist centres. / **ESP.** CAMBIO DE DINERO. La forma más cómoda y segura de cambiar dinero es hacerlo en los lobbies de los hoteles. También en las casas de cambio del aeropuerto y en los bancos o casas de cambio de los centros turísticos.



Check

It is advisable to check and compare prices at the bureaus de change because they can vary from one place to other. / **ESP.** COMPARAR. Conviene mirar y comparar los precios de las casas de cambio porque varían entre unas y otras.



Shopping

5th Avenue in the Mayan Riviera is the best place to go shopping, out to eat or have a drink. / **ESP.** COMPRAS. La Avenida 5° en Riviera Maya es el mejor lugar para ir de compras, salir a comer, cenar o tomarse una copa.



Cool hangouts

At Nayarit Riviera you must visit the Puerto Vallarta boardwalk if you want to have a drink in the trendiest bars. Mandala, La Vaquita and Roo are the coolest bars in the area. / **ESP.** DE MODA. En Riviera Nayarit tiene que acercarse hasta el malecón de Puerto Vallarta si quiere tomarse algo en los lugares de moda. Mandala, La Vaquita o el Roo son lo más cool de la zona.



Gifts

Buying gifts for your family is super easy as the resorts open their doors to craftspeople from all over the local area to sell their wares. Thursday night at Nayarit Riviera hotel the Huichole Indians offer visitors the chance to buy their ancestral art. / **ESP.** REGALOS. Comprar regalos para los familiares es muy fácil porque los resorts abren las puertas a artesanos de la zona que venden artesanía. La noche de los jueves en Riviera Nayarit los artesanos huicholes ofrecen a los viajeros su arte ancestral.



Lobbies

In the hotel lobbies, guests have access to external services such as car rentals, photography and excursions. / **ESP.** En los lobbies del hotel el cliente tiene servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones.

INTERVIEW WITH
DIEGO DÍAZ
F&B DIRECTOR AT GRAND PALLADIUM
COLONIAL, KANTENAH AND WHITE
SAND / DIRECTOR DE A&B DE GRAND
PALLADIUM COLONIAL, KANTENAH Y
WHITE SAND

“LA JARRA BAR, IN THE BEST AREAS ON OUR BEACH IS WONDERFUL”

“LA JARRA, UN BAR SITUADO EN UNA DE LAS MEJORES ZONAS DE NUESTRA PLAYA, ES MARAVILLOSO”

What distinguishes F&B at the three hotels: Grand Palladium Colonial, Kantenah and White Sand?

Well right now we're developing a new concept, GP (Grand Palladium which comprises these three hotels). Previously, we were divided into Phase 1 (Colonial-Kantenah) and Phase 2 (White Sand-Riviera and Royal). This new challenge is something the team is really passionate about. Having 1,110 rooms, with 9 à la carte restaurants, 3 closed buffets, 2 open buffets, two 24-hour restaurants, 25 bars, two main kitchens and nearly 900 employees (in F&B), the fact is that I feel privileged to have this opportunity to set this all up. The main thing is to finish unifying everything in terms of F&B at these hotels and to further solidify the GP brand, if possible, since it is already very well positioned thanks to the hard work of the entire human team behind this company.

What is your corporate mantra?

Well, actually, I have two and they both have to do with one of my passions: basketball. And they're both Michael Jordan. "I've failed over and over again in my life, and that is why I succeed" (although I still have a lot to achieve, but my goal is to keep getting better). "Talent wins games, but teamwork wins championships" (that's why I always say that every success is thanks to my team; the mistakes are all mine as a leader).

What corner of the hotel would you like to get lost in?

La Jarra. It's a bar located in one of the best areas on our beach; it's wonderful. Hanging out there on my day off and sharing time with the family gives me a sense of relaxation, peace, and tranquility that is simply priceless. Although, since we opened Las Olas, having coffee there in the morning while watching the sun rise, is the best way to recharge and load up with energy to start the work day.

ESP. ¿Qué particularidades tienen los distintos hoteles A&B de Grand Palladium Colonial, Kantenah y White Sand?

Pues ahora estamos con un nuevo concepto, GP (Grand Palladium, que abraza estos tres hoteles). Anteriormente estábamos divididos en fase 1 (Colonial-Kantenah) y fase 2 (White Sand-Riviera y Royal). Este nuevo reto es algo que apasiona al equipo. Tener 1.100 habitaciones, con nueve restaurantes a la carta, tres bufets cerrados, dos abiertos, dos restaurantes 24 horas, 25 bares, dos cocinas centrales y casi 900 empleados (en A&B)... La verdad es que es una oportunidad y me encanta tener el privilegio de ponerlo en marcha. Lo importante es terminar de unificar todo lo relacionado a A&B en estos hoteles y hacer más sólida si es posible la marca GP, que tan bien posicionada ha estado gracias al trabajo de todo el equipo humano que compone esta compañía.

¿Su mantra corporativo?

Tengo dos y ambos están relacionados a una de mis pasiones: el baloncesto. Y ambas de Michael Jordan. "He fallado una y otra vez en mi vida, por eso he conseguido el éxito". Aunque aún me falta mucho por conseguir, mi objetivo es seguir superándome. "El talento gana partidos, el trabajo en equipo gana campeonatos". Por eso siempre digo que el éxito es de mi equipo y los errores, míos como líder.

¿En qué rincón del resort le gusta perderte?

La Jarra. Es un bar situado en una de las mejores zonas de nuestra playa, es maravilloso. Estar ahí en mi día de descanso y disfrutar con la familia me transmite una tranquilidad, paz y descanso que no tiene precio. Aunque desde que abrimos Las Olas, tomar un café allá por la mañana, mientras amanece, es una buena forma de recargar energías para afrontar la jornada laboral.



© Yavel Veltzquez



© Yavel Velázquez

INTERVIEW WITH
ALBA FERRADÁNS
 F&B DIRECTOR AT TRS YUCATAN HOTEL
 / DIRECTORA DE A&B DE TRS YUCATAN
 HOTEL

“I’M VERY PROUD OF ALL THE PRE-OPENING WORK WE’VE BEEN DOING”

“ESTOY MUY ORGULLOSA DE TODO EL TRABAJO DE PREAPERTURA QUE ESTAMOS HACIENDO”

You are the F&B Director at TRS Yucatan Hotel. What makes this hotel so special?

The key thing that makes it special is CHIC Cabaret, our dinner/show restaurant where we combine the guest’s experience with the latest culinary trends, like molecular

gastronomy.

The hotel has undergone significant remodeling, what is the result?

A fresher, more modern look that is up to par with TRS’s rebranding. The elegance of the new facilities will also be reflected in the hotel’s

culinary offerings. From the way the menu is designed, to the way the dishes are presented, we’ve taken care of every detail and we’re lucky enough to have specialized chefs at every one of our exclusive restaurants.

Has the customer evolved?

We’ve focused on the new customer profile. We’d like to continue to grow in the North American market and we’re making an effort to adapt our product in this respect and manage to attract these customers and win their loyalty.

What is your favorite service at the hotel?

I’m very proud of all the pre-opening work we’ve been doing. I think we’re going to make it very hard for our guests to choose just one favorite service. If I have to go out on a limb, I’d place my bet on Helios Beach Club, which is my weak spot with the sea views from the infinity pool. If we add one of our new cocktails, the combination is sure to be a hit. The progress we’re making as far as our own mixology is spectacular and it will really make a difference.

You’ve been at Palladium for six years and you used to work at Vallarta, what have you learned in all these years?

Every bit of effort has its reward. At this point in my career, I realize that the attitude I brought from home is the same the chain has towards me, and I love it.

ESP. Es la Directora de A&B de TRS Yucatan Hotel. ¿Qué particularidades tiene?

La particularidad más destacada sería el CHIC Cabaret, nuestro restaurante cena/show donde conjugamos la experiencia del huésped con las últimas tendencias en gastronomía, como por ejemplo la cocina molecular.

El hotel se ha sometido a poderosas reformas. ¿Cuál ha

sido el resultado?

Una imagen más moderna, fresca, a la altura del rebranding de TRS. La elegancia que se respira en las nuevas instalaciones se verá también reflejada en la oferta gastronómica del hotel. Desde el diseño de las cartas a la presentación de los platos, hemos cuidado cada detalle y tenemos la suerte de poder contar con chefs especialistas en cada uno de nuestros exclusivos restaurantes.

¿Ha evolucionado el cliente?

Nos hemos enfocado a un nuevo perfil de cliente. Nos gustaría seguir creciendo en el mercado norteamericano y estamos haciendo esfuerzos en ese aspecto para adaptar nuestro producto y conseguir atraerles y fidelizarlos.

¿Cuál es su servicio favorito del hotel?

Estoy muy orgullosa de todo el trabajo de preapertura que estamos haciendo. Creo que se lo vamos a poner muy difícil a nuestros huéspedes para que elijan un único favorito. Si tengo que mojarme apostaría a que mi debilidad será el Helios Beach Club, con esas vistas con la infinity pool al mar. Si le sumamos uno de nuestros nuevos cócteles, la combinación es un éxito seguro. Los avances que estamos teniendo con nuestra propia mixología son espectaculares y marcarán la diferencia.

Lleva seis años en Palladium y su trayectoria incluye Vallarta. ¿Qué ha ido aprendiendo a lo largo de estos años en la empresa?

Todo esfuerzo tiene su recompensa. Llegado este punto en mi carrera me doy cuenta de que esa actitud que yo me traía de casa es la misma que tiene la cadena conmigo, y me encanta.

INTERVIEW WITH
DANIEL LÓPEZ TARRAGATO
ASSISTANT HOTEL MANAGER AT GP VALLARTA /
DIRECTOR ADJUNTO DE ALOJAMIENTO
DE GP VALLARTA

“THIS RESORT IS AS A PARADISIACAL SPOT IN THE JUNGLE”

“ESTE RESORT ES UN LUGAR PARADISIÁCO EN MEDIO DE LA SELVA”

How did you end up becoming Assistant Hotel Manager at GP Vallarta?

It took a lot of perseverance, dedication and effort, although you could also say that it was my destiny...OK, let me elaborate, it's the fifth destination (country) in my career and I have to admit that the weather is better than it was in Switzerland; I still remember getting that phone call from HR, at a very opportune moment; I was with my family in Spain, about to celebrate Christmas, and I was just starting to think that it would be good to take on a new challenge, in a country like Mexico; and that's how I ended up on the other side of the Pacific, a proud member of this other great big family that is Palladium (it's been two and a half years already!), with an impressive potential for expansion.

How would you define this resort?

I would define it as a paradisiacal spot in the middle of the jungle, for a million reasons, among

which I will point out the sublime views and enclaves and what is no doubt one of the best sunsets on the planet; although what really makes this place great is the “people” who work here, and it's not just me saying that, it's what most of the “fans” who stay here and keep coming back more than nine times a year say.

What is your secret to making sure customers are satisfied?

So far, we have yet to find the magic pill that will allow us to reach excellence at every level... and I doubt it exists; but one thing that is clear is that a smile and a kind gesture, no matter how small, really do help; we still have that power, and, best of all, it's free and contagious; any service provided in a timely manner with enthusiasm and the right attitude, will show how passionate we are about service quality.

Another golden rule (...one more!): take care of your collaborators and they will make sure to take care of the customers.

ESP. ¿Cómo ha llegado a la dirección adjunta de alojamiento de GP Vallarta?

Con mucha perseverancia, dedicación y esfuerzo, aunque también se podría decir que fue el destino... Bueno, puntualizo, el quinto destino (país) en mi trayectoria profesional y tengo que reconocer que el clima es mejor que en Suiza. Todavía recuerdo aquella llamada telefónica por parte de RRHH, en un momento muy oportuno; me encontraba con mi familia en España, a punto de celebrar las Navidades y en ese mismo instante fue cuando me pregunté: ¿por qué no emprender un nuevo reto en un país como México? Y así fue como terminé en la otra punta del Pacífico, orgulloso de formar parte de esta otra gran familia Palladium (¡dos años y medio ya!) y con una proyección de expansión brutal.

¿Cómo definiría este resort?

Lo definiría como un lugar paradisiaco en medio de la selva, por un millón de cosas, entre las que destaco los enclaves y vistas

sublimes y sin duda alguna, una de las mejores puestas de sol del planeta. Aunque lo que hace este lugar verdaderamente colosal es la “gente” que trabaja aquí, y ojo, no soy el único que lo dice. También la mayor parte de los “fans” que se alojan aquí y repiten más de nueve veces al año.

¿Cuál es su secreto para que un cliente se vaya tan satisfecho?

De momento no hemos encontrado la píldora para alcanzar la excelencia en todos los niveles... Ni creo que exista. Pero lo que está claro es que una sonrisa y un gesto de amabilidad, por pequeño que sea, ayuda. Todavía tenemos ese poder y además es gratuito y contagioso; cualquier servicio prestado que sea oportuno y otorgado con entusiasmo y actitud, demuestra en muchas ocasiones la pasión que nos caracteriza en la calidad del servicio. Otra regla de oro (¡otra más!): cuida a tus colaboradores, que ellos solitos se encargaran de cuidar a los clientes.



© Daniel Urias López

NEW CULINARY EXPERIENCES

Tentazione (Italian), La Bohème (French) and El Gaucho (Argentinian) are the three restaurants at TRS Yucatan Hotel that offer a quality culinary experience. Meanwhile, Chic Cabaret & Restaurant offers a sample dinner platter and a live show, including an MC, singers, a dance troupe, and all sorts of performances. Quality cuisine is perfectly compatible with the show. / **ESP.** NUEVAS EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS. Los restaurantes Tentazione (italiano), La Bohème (francés) y El Gaucho (argentino) ofrecen una experiencia culinaria de calidad en TRS Yucatan Hotel. Por su parte, Chic Cabaret & Restaurant propone una cena degustación con show en vivo, MC, cantantes, grupo de baile y performances de todo tipo. La gastronomía de calidad no está reñida con el espectáculo.



Tentazione.

A TRS Yucatan Hotel exclusive. // Exclusivo de TRS Yucatan Hotel.

If any culinary culture is renown worldwide, it's Italian cuisine. Enjoy the exquisite menu and a choice wine list in an intimate and elegant ambiance. To top off the evening, indulge in one of our irresistible desserts. This will no doubt be an offer you can't refuse / **ESP.** Si hay una cultura culinaria reconocida mundialmente es la italiana. Disfrute de las exquisiteces del menú y de una selecta carta de vinos en un ambiente íntimo y elegante. Para culminar la velada, déjese seducir por los irresistibles postres. Es una oferta que no podrá rechazar.



La Bohème.

A TRS Yucatan Hotel exclusive. // Exclusivo de TRS Yucatan Hotel.

Here, the refined décor and every dish on the menu, are all prepared with as much dedication as a masterwork. Inspired by romantic French brasseries, La Bohème, will greet you with an irresistible welcome appetizer, specialty dishes and delicious cocktails. Oh là là! / **ESP.** La refinada decoración y cada plato están elaborados con la dedicación de una obra maestra. Inspirado en los románticos brasseries, La Bohème le recibe con un aperitivo de bienvenida, especialidades a la carta y deliciosos cócteles. Oh là là!



El Gaucho

From the prairies of Argentina to the Caribbean countryside in just one bite. Enjoy the best cuts of meat, typical side-dishes and other specialties, in a restaurant that celebrates the passion for good food and moments shared sitting around the table with loved ones. / **ESP.** Del campo argentino a las tierras caribeñas en un bocado. Disfrute de los mejores cortes de carne y acompañamientos típicos, además de otras especialidades, en un restaurante que celebra la pasión por la buena comida y los momentos compartidos en la mesa con sus seres queridos.



Chic Cabaret & Restaurant.

Exclusivo de TRS Yucatan Hotel.

The lights dim, the pulse quickens, and the curtains open just as our appetites is whetted. More than a cabaret, a restaurant, or a club, Chic is an experience that goes beyond the culinary to sublimate every one of your senses. Prepare for a spectacle that is full of flavor and... Music, Maestro! It's also worth mentioning that this dinner-show is inspired in some of the world's most famous cabarets and night shows. The show includes MCs, singers, dancers and other live performers. The staff includes about 100 people, between waiters and chefs. The show lasts about 2 hours. / **ESP.** Las luces se atenúan, los latidos se intensifican y el escenario se abre al mismo tiempo que el apetito. Más que un cabaret, un restaurante o un club, Chic es una experiencia que trasciende lo gastronómico y sublimará todos sus sentidos. Prepárese para un espectáculo con mucho sabor y... ¡Música, maestro! La cena-show está inspirada en los más famosos cabarés y espectáculos nocturnos del mundo. Hay maestro de ceremonias, cantantes en vivo, performances y bailarines. El staff ronda las 100 personas si sumamos al equipo de camareros y chefs. El show dura más o menos 2 horas.

FIELD TRIP TO /
EXCURSIÓN A



by MARTÍN ULLOA

Field Trip to Isla de Janitzio off Lake Pátzcuaro, Michoacán

“Janitzio” means wheat or corn flower, and it is the name of the most important of the five islands on Lake Pátzcuaro, in Michoacán, Mexico. Isla de Janitzio is famous, among other things, for the fishermen who use butterfly nets to catch the famous “white fish,” and it is especially famous for the ceremony held at night in early November, when people bring offerings for the dead. The hymns and candle-lit procession transform the island, which glows in the torchlight. An interesting 452-foot statue of José María Moreles, the great hero of Mexican independence, presides over the island. / **ESP.** EXCURSIÓN A LA ISLA DE JANITZIO EN EL LAGO DE PÁTZCUARO, MICHOACÁN. Su nombre significa flor de trigo o maíz y es la más importante de las cinco islas del lago de Pátzcuaro, en Michoacán, México. Janitzio es famosa, entre otras cosas, por los pescadores que utilizan sus redes en forma de mariposa para pescar el famoso ‘pescado blanco’, y particularmente por la ceremonia nocturna del primero de noviembre, cuando es costumbre llevar las ofrendas a los muertos. Una procesión ilumina con cirios y cánticos transforma la isla, que resplandece con antorchas. Interesante es la estatua de 38 metros de José María Morelos, el gran héroe de la Independencia de México, que preside la isla.



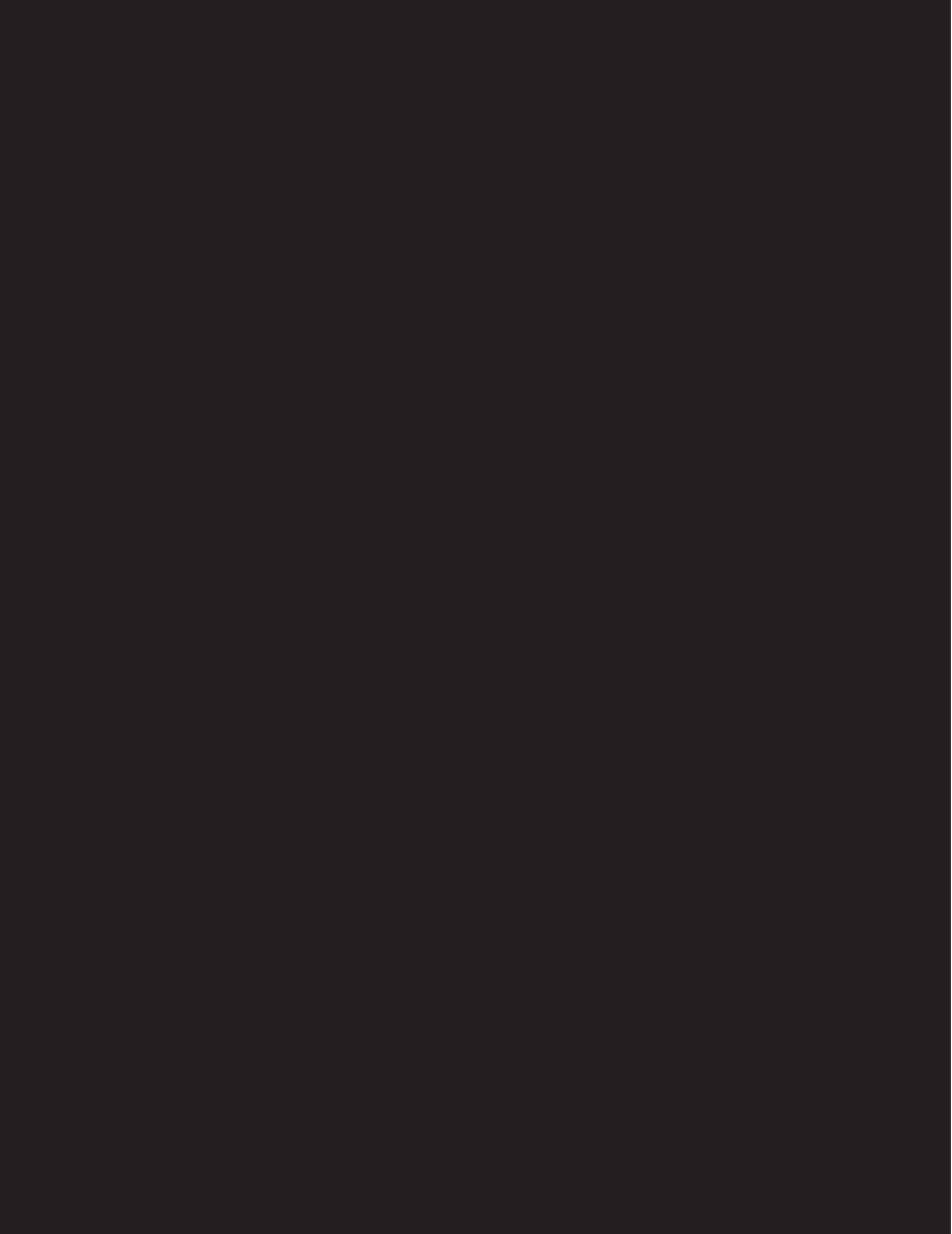
Resort map // Mapa del resort

- | | |
|--|--|
| 1. Entrance. // Entrada. | 12. Botanical Garden. // Jardín Botánico. |
| 2. Lobby. | 13. Zoo. // Zoológico. |
| 3. Tennis Courts. // Pistas de tenis. | 14. Beach Vendors. // Vendedores de playa. |
| 4. Gym. // Gimnasio. | 15. Parking. |
| 5. Zentropia Palladium Spa & Wellness. | 16. Archery. // Tiro con arco. |
| 6. Chapel. // Capilla | 17. Family pool. // Piscina Familiar. |
| 7. Adults' Pool. // Piscina de adultos. | 18. Punta Mita Restaurant. // Restaurante Punta de Mita. |
| 8. Water sports. // Deportes acuáticos. | 19. Solarium |
| 9. Main Pool. // Piscina principal. | 20. Sunset Boulevard Disco Bar. |
| 10. Diving centre. // Centro de buceo. | 21. Xtra Time Sports Bar |
| 11. Activities centre. // Centro de actividades. | |



Resort map // Mapa del resort

- | | |
|--|---|
| 1. Colonial front desk. // Recepción Colonial. | 18. El Jardín restaurant. |
| 2. Kantenah front desk. // Recepción Kantenah. | 19. Main Pools. // Piscinas principales. |
| 3. White Sand front desk. // Recepción White Sand. | 20. Las Rocas Pool. // Piscina Las Rocas. |
| 4. Riviera front desk. // Recepción Riviera. | 21. Orchidaceae. / Orquidáceo. |
| 5. Royal Suites Front Desk. // Recepción Royal Suites. | 22. Crocodiles. // Cocodrilos. |
| 6. La Adelita restaurant. // Piscina. | 23. Cuatíes. |
| 7. El Dorado restaurant. // Tiro con arco. | 24. Iguanas |
| 8. Mare Nostrum restaurant. | 25. Chapel. // Capilla. |
| 9. Sumptori restaurant. | 26. Mini Club |
| 10. Tikal restaurant. | 27. Black & White Junior Club. |
| 11. El Gran Azul restaurant. | 28. Boat ride. // Paseo en barco. |
| 12. Kabah restaurant. | 29. Zentropia Spa. |
| 13. La Laguna restaurant. | 30. Palladium Travel Club. |
| 14. Bamboo restaurant. | 31. Commercial centre. // Centro comercial. |
| 15. Portofino restaurant. | 32. Sports centre. // Centro deportivo. |
| 16. Ribs & More restaurant. | 33. Theatres. // Teatros. |
| 17. Rodizio restaurant. | 34. Conference rooms. // Salón de conferencias. |





JAMAICA

SMILE, YOU ARE IN PARADISE • SONRÍE, ESTÁS EN EL PARÁISO

Jamaica is one of most beautiful islands in the Caribbean Sea, featuring an intense contrast between a mountainous terrain and crystal waters that flow between corals. From the Blue Mountains to the white sand beaches, there's something special in this paradise. / **ESP.** Jamaica es una de las islas más hermosas del mar Caribe, con un intenso contraste entre el terreno montañoso y las aguas cristalinas rodeadas de corales. Desde las Blue Mountains hasta sus maravillosas playas de arena blanca, hay algo mágico en este rincón del paraíso.

Asia in Jamaica

ORIENTE EN JAMAICA



Sumptuori, the new Grand Palladium Jamaica Resort & Spa's oriental restaurant.

/ **ESP.** Sumptuori, el nuevo restaurante oriental del Grand Palladium Jamaica Resort & Spa.



THE RESTAURANT SUMPTUORI OFFERS QUALITY JAPANESE FUSION CUISINE

EL RESTAURANTE SUMPTUORI
OFRECE COMIDA JAPONESA
FUSIÓN DE CALIDAD



The Lotus Restaurant at Grand Palladium Jamaica Resort & Spa has changed its name to Sumptuori, and every detail, from the tables to stovetops, has a new Asian-style design. Sumptuori is the most popular restaurant at the resort and its menu is inspired by trends in Japanese cuisine. With its bamboo chairs and wide open spaces, the restaurant has two teppanyaki, a sort of iron grill for cooking the food and delicious creations of this Asian cuisine. The place was remodeled during 2017 and has a beautiful terrace with views of the rest of the hotel, the sea, and the pool from the first floor of the hotel. The restaurant offers a extensive selection of sushi and a menu with Japanese and Pan-Asian options, including original and traditional maki; salmon, shrimp, or eel nigiri, and tuna and salmon sashimi.

ESP. El restaurante Lotus de Grand Palladium Jamaica Resort & Spa ha cambiado su nombre a Sumptuori, con un toque de diseño oriental que va desde sus mesas a sus fogones. Es el restaurante más solicitado del resort y está inspirado en las corrientes de cocina japonesa. Con sillas de bambú y amplios espacios, el restaurante dispone de dos teppanyakis, la plancha de acero para cocinar los alimentos y diferentes creaciones de la deliciosa cocina asiática. Se ha remodelado durante el 2017 y cuenta con una preciosa terraza con vistas al resto del hotel, del mar y de la piscina desde la terraza del primer piso del hotel. El restaurante ofrece una amplia carta de sushis y otra con opciones japonesas y asiáticas, entre las que destacan los maki originales y tradicionales, los nigiris de salmón, camarones o anguila o los sashimi de atún y salmón.

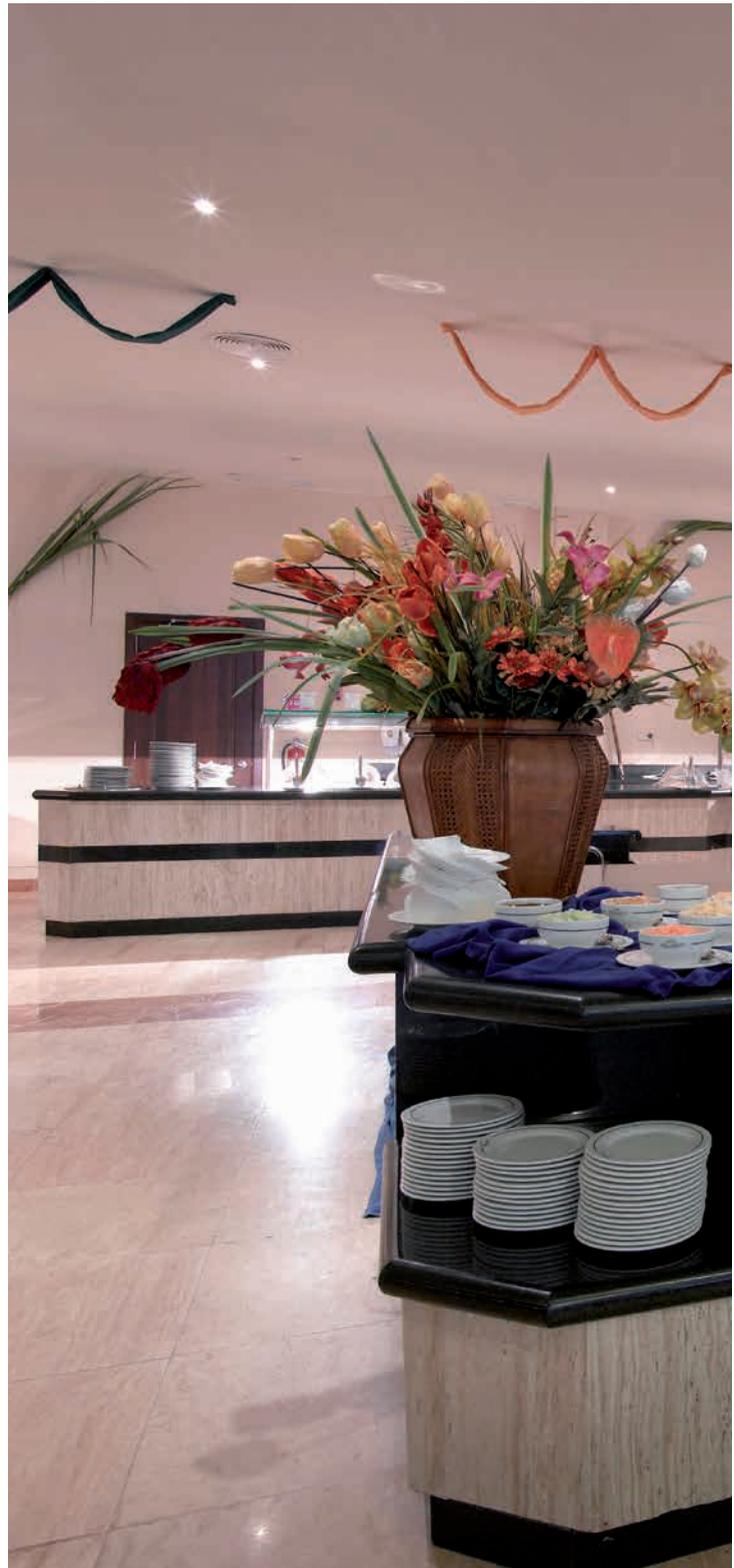
NEGRIL. INTERNATIONAL CUISINE WITH A HINT OF JAMAICA

by **JORDI TEIXEIRA**

This restaurant at Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa has been completely remodeled in order to provide its customers with the best possible service. Its spacious facilities serve breakfast, lunch and dinner on select self-service islands featuring quality international cuisine. Service includes several different salad bars, a selection of desserts and show cooking, offering customers a wide range of culinary options to suit every taste. The traditional Jamaican bammys, made with cassava bread, are a must-have, and don't forget to visit the corner with typical foods from the island. This dynamic and varied restaurant has its heart in Jamaica and will take you around the world during your meal.

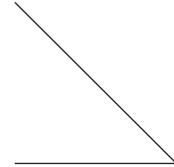
ESP. NEGRIL.
GASTRONOMÍA
INTERNACIONAL CON GUIÑOS
JAMAICANOS. Este restaurante
del Grand Palladium Lady
Hamilton Resort & Spa ha
sido renovado completamente
para dar el mejor servicio a
los clientes. En sus amplias
instalaciones se puede
desayunar, comer o cenar en
selectas islas de autoservicio
de cocina internacional de
calidad. En ellas, diferentes

barras de ensaladas, postres y
show cooking ofrecen al cliente
un amplio repertorio culinario
de calidad que satisficará
sus gustos. Es imprescindible
probar los bammy jamaicanos
tradicionales, confeccionados
a partir del pan de yuca, así
como visitar el rincón de la
comida típica de la isla. Un
restaurante dinámico y variado
con el corazón jamaicano en el
que pasearse por el mundo a la
hora de comer.





Negril restaurant
show cooking at
Grand Palladium Lady
Hamilton Resort & Spa.
/ **ESP.** Show cooking del
restaurante Negril en
Grand Palladium Lady
Hamilton Resort & Spa.

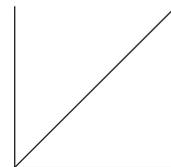


Let us pamper you!

Zentropia Palladium Spa & Wellness, offers you a personalized service which entails taking care of every single detail you will receive and the opportunity to enjoy the unforgettable experience at our beautiful spa surrounded by an outstanding environment of 4000 m2

inspired in a Greek temple, focusing on beauty and relaxation where only the best products are selected and used for our spa experiences. Come and relax at our Hydrotherapy meantime you enjoy a nice and fresh natural smoothie made at the moment at our Habits Healthy Bar.

ESP. ¡PERMÍTANOS MIMARLO!
Zentropia Palladium Spa & Wellness le ofrece un servicio personalizado que cuida cada detalle y ofrece la oportunidad de disfrutar de la experiencia inolvidable en nuestro hermoso spa rodeado de un entorno sobresaliente de 4.000 metros cuadrados inspirado en un templo griego. Centrado en la belleza y la relajación, en este centro sólo se seleccionan y usan los mejores productos para nuestras experiencias de spa. Venga y relájese en nuestra hidroterapia mientras disfruta de un batido natural agradable y fresco hecho al momento en el bar saludable Habits.



by **MARTÍN ULLOA**

THINK PINK

ESP. Durante el pasado mes de octubre, el equipo de animación de Palladium Hotel Group se centró en la concientización contra el cáncer. Coincidiendo con el día internacional contra esta enfermedad, el 19 de octubre, se organizaron en las diferentes localizaciones una serie de acciones como la caminata contra el cáncer o las clases de yoga contra el cáncer. En los hoteles se instalaron 'photocalls' y lazos rosas con flores, así como botes de donativos en los que la gente pudo hacerse fotos y colaborar. También se organizaron acciones como el té contra el cáncer y el día de la información, donde un médico realizó una charla informativa para prevenir el cáncer de mama. Otras acciones fueron la creación de pastelillos rosas tipo 'cupcakes' y pastas para el día del té, así como el cóctel especial en color rosa en los bares, cuyos beneficios fueron destinados íntegros a la ayuda contra el cáncer de mama o tratamientos especiales en los Spa.

Think pink

Over the month of October, Palladium Hotel Group's entertainment team has focused on raising awareness about the fight against cancer. Coinciding with the International Day Against Breast Cancer, on October 19th, we organized a series of events in various locations, including a walk against cancer and yoga classes against cancer. At the hotels, we set up photo-calls with pink ribbons and flowers where people could have their picture taken and make donations, receiving a commemorative pin in exchange. We also organized events including a tea party against cancer and an informative session in which a doctor gave a talk about breast cancer prevention. Other actions included making little pink "cupcakes" and cookies for the tea party, and serving a special pink cocktail at the bars, with 100% of the profits donated to the fight against breast cancer or special treatments at our Spas.



“WE SHARE A VISION OF HOW THE HOTEL SHOULD BE MANAGED”

“COMPARTIMOS UNA VISIÓN SIMILAR SOBRE CÓMO DEBE DIRIGIRSE EL HOTEL”



Gerardo de Groot

© True Cobris

You are the new Hotel Director and Assistant Director at Grand Palladium Jamaica Resort & Spa. How did you two end up here?

We ended up here after a lot of experience at all-inclusive hotels in the Caribbean region, and at such prestigious hotel chains as Royalton and Hard Rock Hotel & Casino, and we were selected so that we could put this experience to use to help Palladium Hotel Group grow.

What is your usual workday routine like?

Our usual workday routine involves walking around our hotel, keeping close to our staff and, especially, to our guests, so that we can be present at the “moment of truth.” It’s impressive what good feedback you can get directly from guests while on a round.

Do you have a lot of meetings? Are you constantly in touch?

We have a brief meeting every morning at 8:30 with the key assistant directors in which we look over everything that needs to happen during that day’s operation and follow up on any comments from guests from the previous day, this helps us stay on the ball. As far as operations, every day is different, tomorrow won’t be anything like today, so we always need to be aware of this and revise our operations. Aside from that, there is only one operational meeting on Tuesdays at 10 with the department managers and if there is any particular point that needs to be reviewed.

What has this position meant for you

professionally? And personally?

It has meant joining a hotel company that is growing and expanding, we are in the midst of a very interesting process of contributing our know-how and our way of doing things while also learning the things this chain has to offer.

Personally, living in Jamaica has its merits and advantages, and there are aspects that we might not be all that used to seeing elsewhere, but this is all part of the growth process.

How long have you been working together?

2 months, 2 days, 6 hours and 20 minutes at the time of writing this response.

What is your professional relationship like? What is the secret to working as a team?

Up until now, the relationship has been based on trust and respect; we share a similar and very clear general vision of how the hotel should be managed, which really helps.

What are the busiest times of year at the hotel? How do you handle these peaks?

The months with the highest occupancy are July-August, the Christmas season, and, right now, we’re starting with the tourist season for people from northern Europe. We handle this by preparing ahead of time, it’s the only way.

Tell us about your strategies for differentiating your resort in a market as competitive as Jamaica.

Mainly through service, we believe in having close contact with our guests as a

differentiating factor, fostering a culture of service among our staff so that guests will feel right at home.

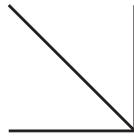
We are creating strategies to make improvements in areas run by collaborators such as the dining room, bathrooms, dressing rooms, etc., so that they can sense that the company is making an effort to keep them happy.

What are the key values the Palladium brand boasts?

Smiling as a key part of service. Being truly interested in creating unique experiences in order to turn our guests into fans.

What is your favorite spot in the hotel?

Sunset Cove for daytime, and a nice dinner at Poseidón. The infinity terrace, as the heart of the hotel.



ESP. Ustedes son respectivamente director y subdirector del hotel Grand Palladium Jamaica Resort & Spa. ¿Cómo han llegado cada hasta aquí?

Hemos llegado a través de una larga experiencia en hoteles 'todo incluido' en el área del Caribe y de prestigiosas cadenas hoteleras como Royalton y Hard Rock Hotel & Casino, y hemos sido seleccionados para aportar esa experiencia al crecimiento de Palladium Hotel Group

¿Cómo es su rutina laboral?

El estilo de nuestra rutina laboral consiste en recorrer nuestro hotel, estar cerca de nuestro staff y sobre todo de nuestros huéspedes, estar presente en el momento "de la verdad". Es

impressionante el buen feedback que puedes obtener en directo de los huéspedes en uno de los recorridos.

¿Tienen muchas reuniones? ¿Están siempre en contacto?

Tenemos una breve reunión todas las mañana 8.30 am con los directores adjuntos principales en la que revisamos los puntos necesarios de la operación del día y se da seguimiento a comentarios de los huéspedes del día anterior. Esto ayuda a mantenernos siempre atentos. Cada día el operativo es diferente: mañana no será igual a hoy y por lo tanto siempre tenemos que ser conscientes de ello y revisarlo todo de nuevo.

De ahí a lo demás sólo hay una reunión operacional los martes a las 10 con los gerentes de cada departamento y si existe algún punto especial que revisar, se revisa.

¿Qué ha supuesto a nivel profesional este cargo? ¿Y a nivel personal?

Ha sido llegar a una compañía hotelera en pleno crecimiento y expansión, estamos en un proceso muy interesante de aportar nuestro conocimiento y nuevas formas de hacer las cosas y a la vez también de aprender de todo lo que esta cadena ofrece.

A nivel personal, pues vivir en Jamaica tiene sus virtudes, ventajas y cosas que quizá no estemos tan acostumbrados a ver en otros lados, pero todo esto es parte de un crecimiento.

¿Desde cuándo trabajan juntos?

Dos meses, dos días, seis horas y 20 minutos en el momento de redactar esta respuesta.

¿Cómo es su relación profesional? ¿Cuál es su truco para funcionar como

un equipo?

Hasta ahora se basa en una relación basada en la confianza y el respeto. Compartimos una visión general similar y muy clara de cómo debe de dirigirse el hotel, lo cual ayuda mucho.

¿Cuáles son los momentos de mayor tarea del año en el hotel? ¿Cómo los abordan?

Los meses de alta ocupación como julio y agosto, la temporada navideña y la temporada de turismo de Europa del norte, que está empezando ahora. Lo abordamos preparándonos con anticipación, no hay otra manera.

Cuéntennos sus estrategias para diferenciarse en un mercado tan competitivo como el jamaicano.

A través del servicio, principalmente. Creemos en estar cerca de nuestros huéspedes como un elemento diferenciador, en fomentar en nuestro staff una cultura de servicio para que los huéspedes se sientan como en casa. Estamos creando estrategias de mejora en áreas de colaboradores como el comedor, los baños y vestidores, etc. Para que ellos puedan percibir que la compañía se esfuerza en mantenerlos contentos.

¿De cuáles de los grandes valores de la marca Palladium presumen?

De la sonrisa como parte fundamental del servicio. El interés genuino de contribuir a crear experiencias únicas para convertir a nuestros huéspedes en fans.

¿Cuál es el rincón favorito del hotel de cada uno?

Sunset cove de día y con una buena cena el Poseidón. La terraza infinity como el corazón del hotel.



© True Colors

Emilio Pezzoli

activities / actividades



Restaurant Week

From November 10th to the 18th, restaurants in Kingston and Montego Bay get all decked out to welcome guests and offer them the best cuisine at very special prices. Are you sure you want to miss it?

/ ESP. Del 10 al 18 de noviembre, los restaurantes de Kingston y Montego Bay se engalanan para recibir a los huéspedes y ofrecerles la mejor gastronomía a precios muy especiales. ¿Se lo va a perder?

Reggae Marathon

Do you like running? The craziest half-marathon anyone has ever run in will be held December 6. The competition is open to pros and beginners alike and set to the beat of reggae music, and it ends in the crystal clear waters of Jamaica. **/ ESP.** ¿Le gusta correr? El 6 de diciembre tiene lugar la media maratón más loca que jamás haya corrido. Para profesionales y principiantes, a ritmo de reggae y con final en las transparentes aguas jamaicanas. www.reggaemarathon.com

New Year's Eve

On December 31st, the Grand Markets in every key city in Jamaica organize a celebration. What better way to celebrate than to go out and see what's going on at night in the Caribbean?

/ ESP. El 31 de diciembre, los Grand Markets de todas las ciudades importantes de Jamaica están de celebración. Nada mejor que salir a dar una vuelta y ver qué se cuece en la Nochevieja caribeña.

Dunn's River Falls

This is one of Jamaica's natural treasures and inevitably a must-see for any visitor to the island. Check out the park and the wonderful waterfalls that the Spaniards called "Las Chorreras" ("The Spouts").

/ ESP. Se trata de uno de los tesoros naturales de Jamaica y un must inevitable para todo viajero que pase por la isla. Visite el parque y estas magníficas cascadas que los españoles bautizaron como 'Las Chorreras'.



On the left, the Reggae Marathon. On this page, on the right, the Falmouth market. Below, on the left, Jamaica's delicious jerk chicken, a jewel of local cuisine, on the right one of the Jamaican markets and the Dunn's Falls. / **ESP.** En la página anterior, la Reggae Marathon. A la izquierda, el mercado de Falmouth. Abajo a la izquierda, el delicioso pollo jerk de Jamaica, toda una joya de la gastronomía local. A la derecha, uno de los uno de los mercados de Jamaica y las cataratas Dunn's River Falls.





by **MARTÍN ULLOA**

Bammy (Cassava Bread) Recipe

RECETA PAN DE YUCA (PAN BAMMY)

In South America and the Caribbean, cassava has been used pre-Columbian times to prepare numerous dishes. In rural areas of Belize, Brazil, Colombia, the Dominican Republic, Guatemala, Haiti, Honduras, and Venezuela, people still use cassava flour to make bread, cakes, and buns (see illustration above). In Jamaica, cassava bread, better known as bammy, is a traditional icon of local cuisine. This delicious bread is made of cassava flour and coconut milk and most often eaten with fish or bacon.

RECIPES:

Ingredients:

- 1.5 lbs of grated cassava
- a pinch of salt

Method:

1. Spread the grated cassava out over a cheesecloth
2. Strain it, discard the liquid, add salt
3. Prepare individual bread rolls by cooking a cup full of the mixture at a time in a small greased frying pan
4. Cook over medium heat, flipping the bread over when the edges begin to recede from the edge of the frying pan
5. Soak the bread in coconut milk 5-10 minutes
6. Fry or bake until golden brown
7. Spread butter over the hot bread and serve it with fried fish

ESP. Con la yuca se elaboran numerosos productos en América del Sur y el Caribe desde la época precolombina. En las zonas rurales de Belice, Brasil, Colombia, la República Dominicana, Guatemala, Haití, Honduras y Venezuela se siguen produciendo pan, tortas y bollos (ilustración de arriba) de harina de yuca. En Jamaica, el pan de yuca (pan bammy) es un icono de la gastronomía tradicional. Realizado con harina de yuca y leche de coco, se trata de un pan delicioso que acompaña al pescado o se sirve con tocino.

RECETA:

Ingredientes:

- 700 gramos de yuca rallada
- una pizca de sal

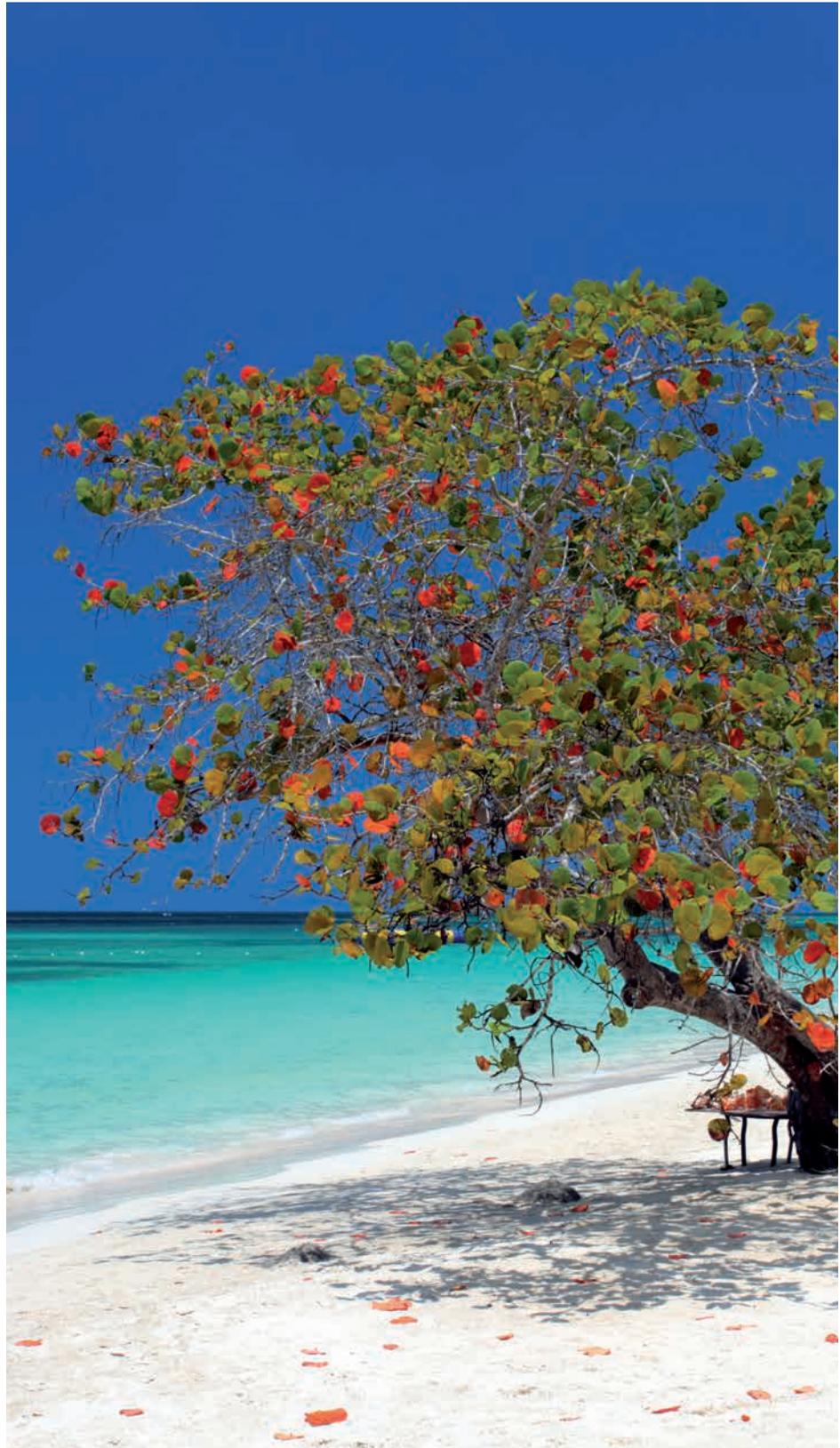
Procedimiento:

1. Coloque la yuca rallada en una manta de cielo
2. Exprima, deseche el jugo y añada la sal
3. Prepare cada panecillo colocando una taza de la mezcla en una sartén pequeña y engrasada
4. Cocine con calor moderado, dando la vuelta cuando los bordes del pan se encojan y se retiren de la orilla de la sartén
5. Remoje el pan en leche de coco de cinco a 10 minutos
6. Fría u hornee hasta dorar ligeramente
7. Unte con mantequilla y sirva el pan caliente con pescado frito

Field Trip to Seven Mile Beach in Negril

EXCURSIÓN A LA PLAYA DE
SIETE MILLAS EN NEGRIL

Near the Royal Palm Natural Reserve and the Negril Marine Park, flanked by a spectacular cliff-side and the distinctive Negril Lighthouse, Seven Mile Beach has everything you need to know to discover the best of the island of Jamaica. A beach with golden sands and crystal clear water where there's always music playing and a laid-back atmosphere that is perfect for indulging in pure hedonistic pleasure. The beach stands out for its coral reefs, which are under official protection due to their great ecological value. However, because the reefs are protected, diving and snorkeling are banned. / **ESP.** Cercana a la Reserva Natural de Royal Palm y el parque marino de Negril, junto a una espectacular zona de acantilados y el inconfundible faro de Negril, la playa siete millas guarda todo lo que se debe conocer para descubrir lo mejor en la isla de Jamaica. Una playa de arenas doradas y aguas transparentes donde siempre suena la música y se respira un ambiente relajado ideal para entregarse al más placido hedonismo. Destacan en esta playa sus arrecifes coralinos, los cuales están bajo protección oficial por su valor ecológico. No obstante, se permite explorarlos buceando o nadando con esnórquel.



CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Best transport

The best way to get from the resort to and from the airport is with one of the licensed transfer companies or taxis. It is advisable to ask for the official rate before you get into one though.

/ ESP. MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto son los taxis privados. Conviene preguntar por la tarifa oficial antes de subirse a uno de ellos.



Rates

The taxi rate between the resort and the airport is 90US\$. At the hotel's lobby there is information about the taxi rates to avoid any overcharge.

/ ESP. PRECIOS. La tarifa de taxi entre el resort y el aeropuerto es de 90 USD. En el lobby del hotel hay información sobre las tarifas de este servicio, para evitar cualquier tipo de abuso.



Public transport

It is not advisable to take public transport. We suggest using official taxis such as the ones you'll find at the hotel (Junta Taxis).

/ ESP. TRANSPORTE PÚBLICO. No es muy recomendable el servicio público, sugerimos usar taxis de sitios oficiales, como con los que contamos en el hotel (Junta Taxis).



Money exchange

We offer money exchange services at the receptions of our hotels, with small administrative fees. There are also official bureaus of

change at the airport and banks. **/ ESP. CAMBIO DE MONEDA.** En las recepciones de nuestros hoteles ofrecemos este tipo de servicio con un coste mínimo de gestión. Hay casas de cambio oficiales en el aeropuerto y en los bancos.



Shopping

The best places to shop for fashion and gifts are the Rose Hall Shopping Center and Hip Street in Montego Bay. Also try the Shopping Center at Negril.

/ ESP. COMPRAS. Los lugares más adecuados para comprar ropa o regalos para los familiares son el Rose Hall Shopping center y el Hip Street en Montego Bay. Y el shopping center en Negril.



Cool hangouts

Margarita Ville, Rick's Café, Pier One, Rocks House & Jungle and Blue Beat are five of the venues that we recommend if you're going out for dinner or having a drink near the resort. **/ ESP. PARA SALIR.** Margarita Ville, Rick's Café, Pier One, Rocks House & Jungle y Blue Beat son cinco locales muy aconsejables para salir a cenar o tomar algo cerca del resort.



Unmissable

There are places you should visit to immerse yourself into the local culture: try Rick's Café, YS Falls, Porto Antonio, Dunns River Falls, Blue Mountains and the Bob Marley Museum. All are worth a visit on your Jamaican holidays.

/ ESP. IMPERDIBLES.

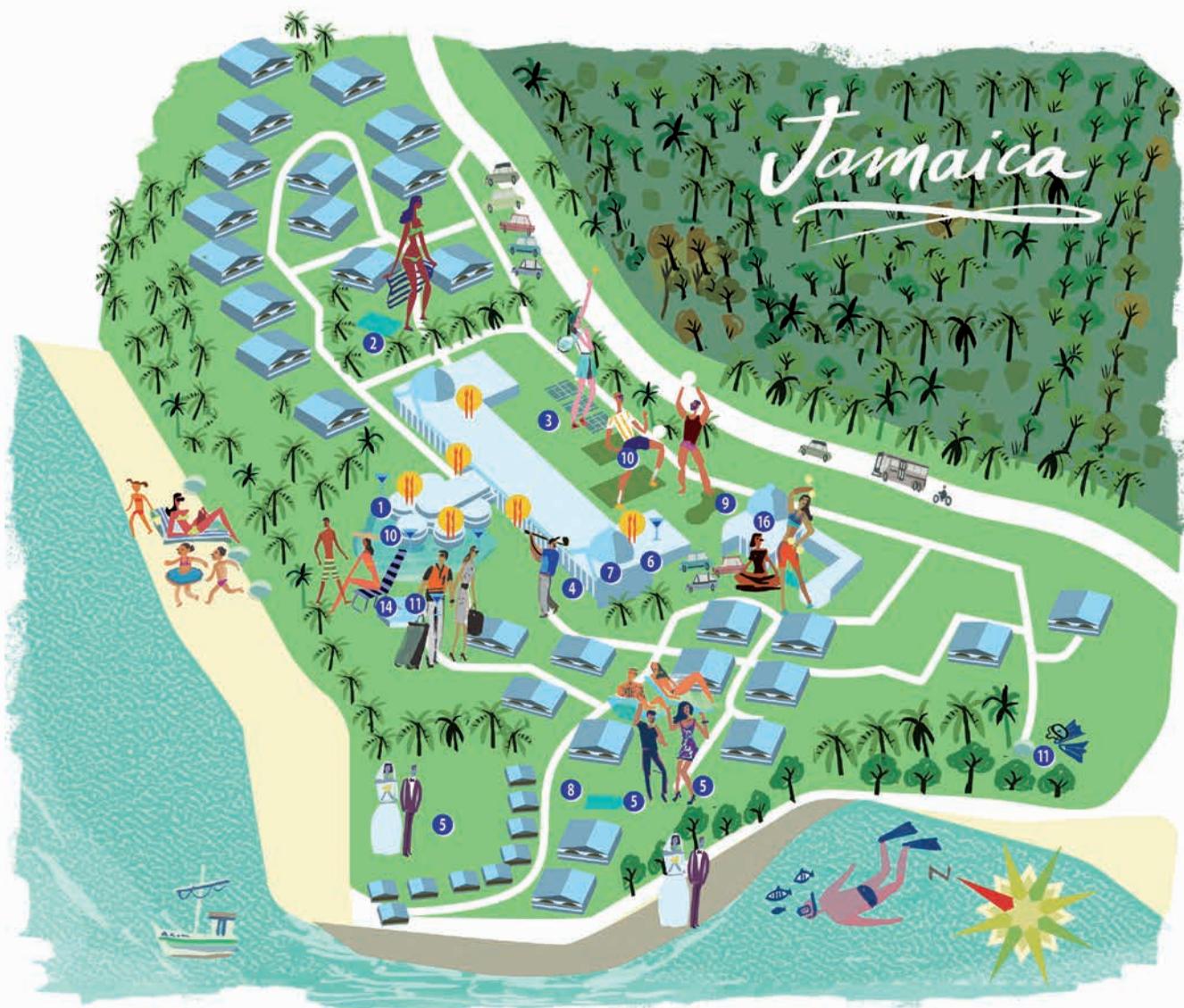
Hay lugares que hay que visitar si quiere imbuirse de la cultura local. Rick's Café, YS Falls, Porto Antonio, Dunns Rivers Falls, Blue Mountains y Bob Marley Museum, son imperdibles en un viaje a Jamaica.



Lobbies

Guests can find external services at the hotel lobbies, including car rentals, photography and excursions. We are available to provide guests with any service they might need, just ask!

/ ESP. LOBBIES. En los lobbies del hotel, el cliente tiene servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones. Estamos a disposición de proporcionar cualquier servicio que el cliente necesite.



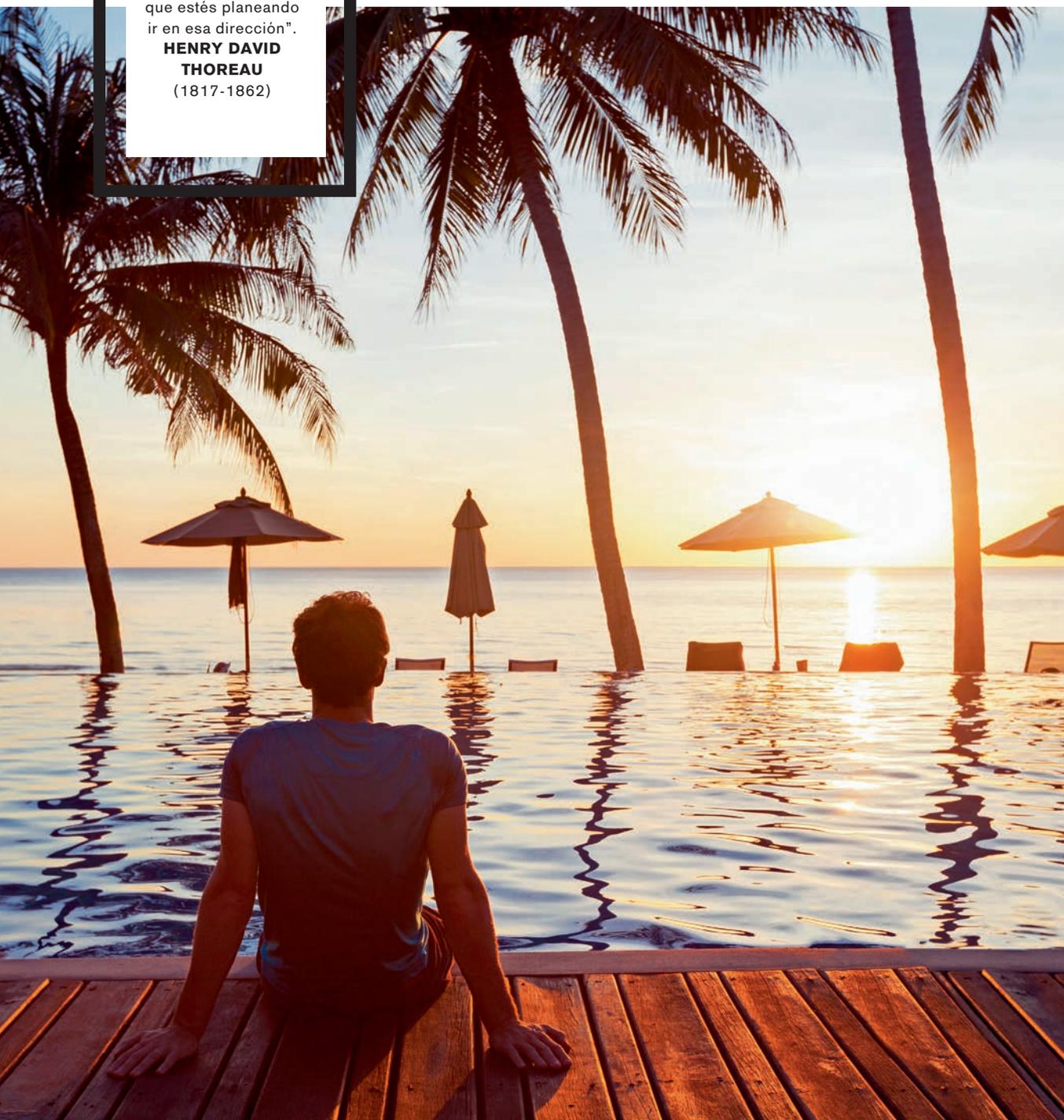
Resort map // mapa resort

- | | |
|---|---|
| 1. Infinity main pool. // Piscina principal Infinity. | 10. Swing-up bar. |
| 2. Roselle relaxation pool. // Piscina relax Roselle. | 11. Las Brisas pool bar. // Bar piscina Las Brisas. |
| 3. Sports area. // Zona deportiva. | 12. Coral adults' pool. // Piscina de adultos Coral. |
| 4. Miniclub. | 13. Minigolf. |
| 5. Weddings. / Bodas. | 14. Volleyball. |
| 6. Theatre. // Teatro. | 15. Diving centre and watersports. / Centro de buceo y actividades acuáticas. |
| 7. Games room. // Sala de juegos. | 16. Zentropia Spa. |
| 8. Woogie Boogie Disco Bar. | |
| 9. Sports Bar. | |

“Never look back unless you are planning to go that way.” /ESP. “Nunca mires atrás a menos que estés planeando ir en esa dirección”.

HENRY DAVID THOREAU
(1817-1862)

SEE YOU SOON



The Element of Marvel.



GRAND PALLADIUM

WHITE SAND RESORT & SPA

Riviera Maya, México.

Playas idílicas rodeadas por exuberantes jardines. Cenotes, cavernas y arrecifes de coral. Tesoros arqueológicos de la civilización maya y sabores del mundo. Esto es Grand Palladium Hotels & Resorts en Riviera Maya, México. Aquí, encontrarás tu elemento –durante una maravillosa escapada, con todo incluido–. Donde las aventuras extraordinarias simplemente surgen con el destino.

Reserva ahora y consigue nuestro mejor precio garantizado.

PALLADIUMHOTELGROUP.COM

+34 971 926 486

PALLADIUM
HOTEL GROUP

ESPAÑA • MÉXICO • REPÚBLICA DOMINICANA • JAMAICA • BRASIL

Vive el lujo inexplorado de un nuevo destino. **Costa Mujeres, Cancún. Próximo otoño 2018.**



TENERIFE,
YOUR SUMMER AMPLIFIED



TENERIFE

HRHTENERIFE.COM · [+34] 971 927 691

TENERIFE AV. ADEJE 300, S/N, 38678, PLAYA PARAÍSO, COSTA ADEJE