

#ESTE AÑO ME QUEDO, la campaña de Ruralka para apoyar el turismo nacional

Los anfitriones de los establecimientos Ruralka comienzan una cadena de recomendaciones de artesanos, guías de naturaleza, productores locales, restaurantes, etc., con el fin de ampliar la experiencia del viaje y apoyar el turismo nacional. #Este año me quedo además ha conseguido involucrar a miles de seguidores en RRSS publicando y recomendando sus rincones favoritos y mencionando este Hashtag como "grito de guerra" con el fin de apoyar a viajeros, hoteles y a la economía

Ruralka, el Club de calidad de hoteles con encanto se suma a la iniciativa del sector del turismo para animar los movimientos de los viajeros por el territorio nacional promoviendo así su cultura, su gastronomía, sus paisajes, su historia y a sus gentes.

Desde el inicio de la pandemia, desde Ruralka se ha trabajado en ello para apoyar así a los más de 200 hoteles y casas de alquiler completo que forman parte de la familia "Ruralka". "Hoy más que nunca, con tantas semanas de cierre es imprescindible arrimar el hombro y apoyar a los pequeños negocios del turismo, gran motor de nuestra economía", afirma Rafael Ausejo CEO de Ruralka.

Así ha nacido una gran campaña: #Este año me quedo, que bajo este lema está realizando multitud de acciones con los hoteles y con los viajeros para despertar el sueño de salir de casa a descubrir España, a disfrutar del aire puro, del silencio "sonoro" del campo, de las no-aglomeraciones y de los planes de verdad, no detrás de una pantalla.

Entre estas actividades destaca una cadena de favores, a modo de recomendaciones de corazón, que hacen los propietarios de los hoteles. Se trata de ampliar la propuesta a la estancia en su hotel conociendo productores locales, guías de naturaleza, artesanos, cocineros, etc. Todo este contenido se está compartiendo en redes sociales (donde se realizará un reto invitando a mantener la cadena de recomendaciones y que no pare); en el magazine de Ruralka, su página web, su Newsletter, adjuntando los planes en las reservas que realicen los clientes, etc.

A continuación, ilustran tres ejemplos de parte de un contenido maravilloso que se está generando y que irá viendo la luz durante todo este 2020:

Rosa López, propietaria de "La Casona de San Pantaleón de Aras", le recomienda al viajero que, al llegar a su precioso hotel en Cantabria haga un hueco en su agenda y reserve una bajada en canoa por el río Asón, con Iker González, un guía estupendo que conoce el río como la palma de su mano; también habla de Nacho Solana, del restaurante Solana, de una estrella Michelin, "donde no puedes irte sin probar sus famosas croquetas", recientemente galardonadas en Madrid Fusión como las mejores del mundo.

Alejandro López de “Cabanyes entre Valls”, en Gerona, sugiere ir a conocer a dos productores locales, defendiendo así la gastronomía de proximidad y el producto de calidad y de kilómetro 0. Por un lado, se trata de Jaume Casas, de la carnicería Mas Pinós, famosa por su ternera ecológica donde todo empieza y acaba en la misma granja, desde el nacimiento de los terneros de raza Bruna de los Pirineos hasta su transformación en producto ecológico y saludable; Su segunda propuesta es ir a probar los quesos de leche cruda de las cabras de la quesería de Riudaura, en la Garrotxa, donde éstas salen a pastar a diario a la montaña y donde la producción es artesanal y estacional, ya que respetan el ciclo natural de las cabras, dejando que los cabritos beban leche el tiempo que necesitan, ordeñando solo a las grandes.

Indira Amaya de Ameglio, propietaria de Masía La Mota, en Alcoy Alicante, en pleno Parque Natural de la Font Roja, hace dos propuestas de naturaleza para completar la estancia en su hotel donde se respira calma y la gastronomía es un plus. Por un lado, recomienda disfrutar de un paseo a caballo con el equipo de equitación Peluca, que acercan este deporte a todos, independientemente del grado de conocimiento del cliente. En sus instalaciones, además se pueden ver los famosos dromedarios de Alcoy; por otro lado, anima a descubrir el parque natural sobre ruedas. Jordi Climent es el monitor de rutas de Spain Rider Alcoy que acompañará al viajero por paisajes increíbles subido en el tipo de bicicleta que él elija.

Y así cada hotel establece su propia cadena de recomendaciones, ampliando la visión de un viaje, apoyando al pequeño empresario que, como ellos, aseguran estancias extraordinarias y experiencias únicas.

Desde que comenzó la campaña #Esteaño me quedo, miles de seguidores de Ruralka han compartido con este Hashtag imágenes de sus rincones favoritos de España, sirviendo de inspiración a los que están pensando hacer un viaje en los próximos meses. Por otro lado, más de 15.000 personas se han presentado a un concurso en Instagram cuya finalidad ha sido encontrar a los tres "Embajadores Ruralka" que podrán vivir estas experiencias en primera persona, compartiendo sus vivencias y potenciando así el turismo nacional durante este año 2020.

Los establecimientos Ruralka están situados fuera de las grandes urbes, en entornos naturales donde reina la tranquilidad. Por un lado, Ruralka cuenta con hoteles con encanto de pocas habitaciones por lo que no hay opción a las aglomeraciones y, por otro lado, casas o apartamentos de alquiler íntegro donde disfrutar de la privacidad sin que haya nadie más.

#ESTE AÑO ME QUEDO es Ruralka es estado puro, es volver a pulsar el botón de ON de un proyecto de calidad que lleva 18 años poniendo en contacto a los anfitriones con los viajeros, haciendo de cada viaje una experiencia por los mejores hoteles con encanto de España.

Por otro lado, desde Ruralka, se siguen muy de cerca las directrices más recientes sobre higiene y seguridad que establecen la OMS y la CDC y trabajan junto a sus establecimientos para garantizar la salud y el bienestar de los viajeros. Muchos de los establecimientos de Ruralka están tomando ya todas las medidas necesarias que incluyen protocolos higiénico-sanitarios como tratamientos de esterilización; homologación de todos los productos de limpieza establecidos por las autoridades

sanitarias; inclusión de EPIS en los amenities del cliente (mascarillas y guantes); personal con mascarillas, caretas protectoras, batas sanitarias y guantes; toda la comida y bebida presentada en raciones individuales y cerradas; opción de desayuno servido en la habitación; lámparas ultravioletas en los intercambios de documentos; felpudos desinfectantes para evitar el contagio de zapatos y ruedas de maletas o señalización nueva con distancias de seguridad en todo el hotel, entre otros.

Datos de contacto:

Laura - Departamento de Comunicación
670309747

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Viaje](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Entretenimiento](#) [Ecología](#) [Turismo](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>