



Gabriel Martínez hace entrega de la bandera a Juan Ramón Sánchez. LP

MARINA CABO ROIG

«ESTE PUERTO FUE EL PIONERO DE LA COMUNITAT VALENCIANA»

El gerente de la entidad, Juan Ramón Sánchez, repasa las variadas actividades de la escuela de vela

Redacción. Seguimos el tour por los puertos deportivos y turísticos de la Comunitat Valenciana para recalcar en Marina Cabo Roig, enclavado en la costa de Orihuela, cerca de la ciudad de Torreveja. Es uno de los puertos deportivos con más historia ya que soltó amarras hace más de 40 años.

El presidente de la Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunidad Valenciana, Gabriel Martínez, ha entregado la bandera por su buena gestión medioambiental a Marina Cabo Roig que cuenta con unas instalaciones que ofrecen muchas posibilidades a los amantes del mar.

Así nos lo ha contado Juan Ramón Sánchez, gerente de Marina Cabo Roig.

– **¿Cuál es la situación actual de Marina Cabo Roig?**

– Actualmente Marina Cabo Roig tiene 180 amarres, de 6 a 14 metros de eslora, con una ocupación del 75%. Hace 40 años fuimos pioneros en la construcción de esta marina que, tras importantes obras de remodelación de todas sus instalaciones

y una inversión de más de tres millones de euros, sigue siendo puntera. Hemos actualizado todo el puerto y mejorado los servicios.

La marina se sitúa en el mismo Cabo Roig, por lo que los vientos de Levante nos afectan bastante menos que a otras instalaciones. Además de los amarres, tenemos una escuela de vela, un restaurante, una cafetería y un taller. En Marina Cabo Roig trabajamos alrededor de 50 personas, entre puestos de trabajo directos e indirectos.

– **¿Qué actividades genera el puerto?**

– Nuestra escuela de vela funciona durante todo el año. Aunque en verano tiene más actividad, durante todo el año también se realizan muchos cursos. Esta escuela ofrece una amplia selección de deportes acuáticos y servicios marítimos como son los siguientes:

Vela ligera; clases de iniciación a la vela y cursos para niños. Moto de agua con circuito para motos de agua durante todo el año. Kayaks individuales o bien para dos personas, otra forma de conocer el litoral. En los cursos de windsurf tenemos el aguaglide para el aprendizaje de los niños y la práctica del equilibrio. Banana; vela a lo largo de la costa sobre ella, disponible todos los veranos. Introducción a la navegación con clases de familiarización a su nue-

va embarcación, maniobras, equipos de seguridad. Patinetes; un baño familiar diferente. Y cursos de buceo cuando hay un número determinado de personas.

Hace muchos años se hacía una regata, Torreveja-Cabo Roig, una travesía interclases. Y ahora lo que hacemos son pequeñas travesías con los barcos que tenemos aquí amarrados. Tenemos muy buena relación con el ayuntamiento del municipio y cuando necesitan realizar actividades, les prestamos las instalaciones para que puedan desarrollarlas.

Esta marina tiene una relación muy singular con el ejército español, ya que es la base náutica de formación del Destacamento Militar del Mando de Operaciones Especiales (MOE).

– **¿Cabo Roig es también una marina sin barreras?**

– Por su puesto, aquí puede entrar quien quiera sin ningún tipo de barrera. Muchos vecinos y turistas se acercan hasta aquí para pasear ya que el enclave es precioso.

– **¿Cómo gestiona Marina Cabo Roig el cuidado del medio ambiente?**

– Nuestras aguas tienen bandera azul desde el año 1987 y la renovamos todos los años. Esto es una muestra de que nuestro puerto y nuestras aguas están limpias y cuidadas. También contamos con la ISO 14001 y la ISO 9001.

DULCESOL

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DIRIGIDA A LOS JÓVENES

Redacción. La nueva oleada de anuncios para las principales cadenas de la pequeña pantalla a nivel nacional de Dulcesol, la enseña del Grupo Dulcesol famosa por sus pasteles y bollería, ya está en marcha. La protagonizan sus populares Soles y busca llegar, a través del humor, al público joven, moderno, e interesado por estar permanentemente conectado así como en las nuevas tendencias.

Con su lema 'Los soles molan' Dulcesol estrena nueva temporada en televisión a la vuelta del verano. Juegos de palabras y situaciones divertidas dan lugar a una serie de spots cuyo objetivo es empatizar con un segmento juvenil de consumidores buscando su complicidad. Para ello, la agencia creativa Rosebud (Valencia) tiene en cuenta los gustos, aficiones y preferencias de la Generación Z y de los millennials, así como su forma de comunicarse, a la hora de elegir los medios para llegar hasta ellos y generar contenidos que les puedan resultar atractivos.

En total, se han creado cuatro piezas de 10 segundos de duración, una de las cuales presenta la acción promocional 'Sigue al Sol con Dulcesol'. Una propuesta diferente para acercarse a este público que se articula a través del microsite www.lossolesmolan.com. Para participar en ella



Imagen de la nueva campaña publicitaria. LP

hay que incluir en la web el código promocional que se encuentra dentro de los paquetes de Soles y que permite a los usuarios conseguir más de 9.500 vales descuento de producto por valor de 0,80 euros y la posibilidad de entrar en el sorteo de un viaje a Brasil para tres personas.

Según Alberto García, Marketing Manager de Dulcesol con la puesta en marcha de la segunda campaña de este año «hemos querido volver a acercarnos al público joven, utilizando su lenguaje y tono, con el fin de que las nuevas generaciones amen nuestros Soles. Además de abundar en la construcción de una imagen de marca con carisma, queremos que los jóvenes sigan enrollándose con ellas».

La campaña se complementa con otra, vía online, en medios afines al target: redes sociales #lossolesmolan (Facebook -en el que se lleva a cabo también la mencionada promoción 'Sigue al Sol con Dulcesol' -, twitter e Instagram).

GLOBAL OMNIUM

LA GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA, EN BONICAFEST

Redacción. El consejero delegado de Global Omnium/Aguas de Valencia, Dionisio García Comin, ha participado en la inauguración de la segunda edición de Bonicafest, la fiesta de los mercados municipales, junto con el alcalde de la ciudad, Joan Ribó, el concejal de comercio y espacios públicos, Carlos Galiana, además de otros patrocinadores.

El objetivo planteado por Global Omnium en esta segunda edición de Bonicafest, ubicada en la Plaza del Ayuntamiento hasta el 15 de septiembre, es explicar a todos los visitantes la tecnología necesaria que ha hecho de Valencia un ejemplo de gestión eficiente del agua, desde principios de siglo XX hasta la actualidad, así como el compromiso de esta empresa con el medio ambiente.

La exposición 'Valencia, capital tecnológica del agua. Desde los orígenes de las fuentes a los contadores inteligentes' supone un viaje desde la actualidad al pasado que evidencia la concienciación por disponer de la última

tecnología para que los valencianos disfrutaran de un agua de calidad. Así, desde los contadores inteligentes de hoy hasta las fuentes de principio de siglo XX (Negrito, Tritó, Marqués de Dos Aguas, Venus de Afrodita...), supone un viaje retrospectivo que pondrá al alcance de todos la historia, anécdotas, iniciativas por optimizar este legado histórico que es el 'uso eficiente del agua'.

Por otra parte, el visitante podrá descubrir en este stand diversas iniciativas vinculadas al compromiso con el futuro del agua y la conservación del medio ambiente.

Uno de los objetivos de la campaña para este evento es concienciar a toda la sociedad de la íntima relación entre el consumo responsable del agua y la conservación medioambiental. Para ello, contará con la participación de las Fundaciones Aguas de Valencia y Oceanográfica que mostrarán los proyectos que llevan a cabo gracias a la activa implicación de miles de voluntarios.