

AIR TRANSPORT

TAT

TRANSPORTE AÉREO
& TURISMO

Núm. SEPTIEMBRE/OCTUBRE 2006 - Vol. XXV (4 €uros) - Especial Otoño

Visítanos en FITUR 2007

JORDANIA

(Stand 4B-212)



visit JORDAN

Turismo de Jordania

Tel: 93 207 32 32

Fax: 93 207 56 91

oviedopedro@arrakis.es

RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

(por Alberto RUMSCHISKY)

Estábamos en una puerta de embarque del aeropuerto de Miami, esperando subir al avión para un vuelo de enlace, y la salida se demoraba sin que se nos explicara el motivo. Al rato, vimos que un equipo de limpiadores mayor de lo habitual salía del *finger*, y por fin nos llamaron a embarcar. Resultó que conocía yo al mecánico asignado a ese vuelo, con quien pude charlar en un momento de tranquilidad, y me contó que el avión había llegado a Miami después de un vuelo transcontinental que había sufrido turbulencias durante gran parte del viaje, y que eso había requerido un trabajo de limpieza fuera de lo común.

Mi interlocutor me dijo que, aparentemente, varios pasajeros “habían perdido el control de sus funciones orgánicas” y que los limpiadores habían tenido que eliminar del techo del avión unas manchas que incluían vino tinto, café, vómitos e, increíblemente, algo que parecía ser lápiz de labios. La historia era que el comandante había encendido la señal de ajustarse los cinturones al tener súbitamente aviso de una turbulencia muy próxima; y que cuando tres azafatas comenzaron a recorrer el pasillo para comprobar que los pasajeros habían hecho lo que correspondía, salieron de pronto despedidas hasta chocar con el techo del avión. Lo mismo les había sucedido a cinco pasajeros que no hicieron caso del aviso.

Desde luego que he sufrido turbulencias en muchas ocasiones, pero lo más grave que llegué a ver fue volar hacia el techo bandejas y piezas del servicio de comidas que

todavía no habían sido retiradas. Y no pude dejar de pensar en cómo estaría la persona cuyos labios habían besado el techo de aquel avión. Pero sí se me ocurrió investigar un poco acerca de las turbulencias, que los técnicos describen como “una imprevista corriente de aire que se desplaza de modo irregular”, y que a menudo ocurre inesperadamente. Las más frecuentes se presentan cuando se vuela en las proximidades de una tormenta, pero también volando entre las nubes, volando sobre montañas con un viento fuerte, volando a gran altura cerca de corrientes de aire, volando con un sistema atmosférico frontal, y volando dentro de una masa de aire en la que se producen cambios muy pronunciados de temperatura. Se pueden sacar diez conclusiones:

1. Todas las turbulencias son el resultado de la colisión de masas de aire que se mueven a velocidades diferentes;
2. Hay turbulencias ligeras, medianas y graves. Las ligeras son como los botes que da un vehículo en una carretera con baches; la mediana se parece a lo que sucede a un coche con tracción en las 4 ruedas al recorrer un terreno accidentado; y con la grave se tiene la sensación de haberse subido a la montaña rusa de un parque temático, pero es menos divertido;
3. “CAT” (*clear air turbulence*, turbulencia con aire despejado), se produce cuando no hay nubes, pero se pasa de una masa de aire que se mueve lentamente a otra que lo hace a alta velocidad, o a una corriente de aire;
4. La “turbulencia de estela” es la que crean otros aviones volando

en las proximidades, y que provocan algo así como “tornados horizontales” que se levantan de los extremos de las alas;

5. Hay más turbulencias cuando se vuela sobre tierra que sobre el mar, y las más severas ocurren cuando se va de norte a sur (o viceversa) que de este a oeste (o viceversa). Posiblemente las peores se producen sobre el ecuador;
6. Son más frecuentes en invierno que en verano, porque en la estación fría hay más sistemas frontales con fuertes vientos;
7. El término “bolsa de aire” o “pozo de aire” es una descripción errónea inventada por un periodista durante la I Guerra Mundial. Aunque se tiene la sensación de que el avión se precipita muchos cientos de metros, en realidad es muy raro que sean más de cien metros. Lo que pasa es que la caída es muy súbita;
8. El cambio rápido de la dirección del viento en una distancia corta, se llama “corte de viento” y es una turbulencia especialmente peligrosa durante el aterrizaje o el despegue, porque el avión tiene poco tiempo o poca altura para poder recuperar la normalidad;
9. Es prácticamente imposible que una turbulencia haga desprender las alas del avión, porque éstas son especialmente flexibles;
10. Lo más importante: las turbulencias son la causa principal de las lesiones sufridas por los pasajeros y el personal de vuelo.

En suma: Hay que ajustarse los cinturones, sin excepción, cuando se nos señala que lo hagamos. No hay excusa; ni siquiera para ir al lavabo a pintarse los labios. 🍷



Recuerdos, Hélices y Turbinas 3

Reportajes

Estambul

Una de las ciudades más bellas del Mundo 16

Cartagena de indias

La más bella ciudad estilo colonial en el Caribe Colombiano 23

Partner Hotels

Descubre la cultura y tradiciones de las ciudades españolas más emblemáticas 33

Costa Rica

Las Llanuras del Norte 38

Carmignano (Italia)

Siguiendo las huellas de Ponturno y de los Etruscos 42

Entrevistas

Miguel Angel Villanueva

Consejero delegado de Economía del Ayuntamiento de Madrid 28

Futuro del Turismo en el Mediterráneo 22

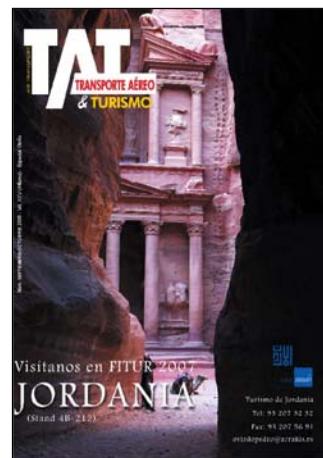
Turismo de Cruceros en el Mediterráneo 37

Paradores, primera cadena hotelera en obtener la "Q" y la "ISO 9001" 45

La ciudad de Madrid superará este año los 6 millones de Turistas 46

TurisEm 55
Turismo de Empresa

SEPTIEMBRE/OCTUBRE 2006



Viene a nuestra portada JORDANIA, presentando otro de los múltiples atractivos que ofrece al visitante

PRESIDENTE - EDITOR
Antonio Flórez

DIRECTORA

M^a. Fernanda Fernández

COLABORADORES

J. Antonio Fdez. Cuesta

Alberto Rumschisky

Wenceslao Pérez Gómez

Javier Pérez-Portabella - Mafer

Mateo Bleso - Mario F. Sempere

Javier Franco - José Luis Pecker

Miguel Montes - Francisco Rivero

Tanis Bernad

CORRESPONSALES

Mar Menor (Costa Cálida): Ignacio Segura

Andalucía Occidental (Cádiz): Víctor Ocaña

Canarias: Javier Franco

Comunidad de Cataluña:

Comunidad de Valencia:

Roma (Italia): Carmen F. del Vando

Miami (USA): R. Galiana

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Adán Flórez - Raúl Flórez

DIRECCIÓN, REDACCIÓN Y PUBLICIDAD

Méjico, 31 - 1º A - 28028 Madrid (España)

Teléf: 91 725 64 54 - Fax 91 361 07 01

E-mail: tatrevista@tatrevista.com

www.tatrevista.com

Dirección Postal:

Apartado de Correos: 14.027

28080 Madrid

PUBLICIDAD MADRID

Mafer

Francisco Silvela, 76 3º 3A - 28028 Madrid

Teléf: 91 726 19 82

E-mail: mafer@tatrevista.com

PUBLICIDAD CANARIAS

Diana Publicidad

Puerta Canseco, 47 - 1º - 38003 Sta. Cruz de Tenerife

Teléf: 922 28 68 00 - Fax: 922 27 31 76

E-mail: dianapublicidad@dianapublicidad.com

Las opiniones vertidas en esta revista expresan la opinión de sus autores sin que la publicación se responsabilice de ellas.

Queda prohibida la reproducción de cualquier trabajo sin citar su procedencia.

Suscripciones UN AÑO (6 números):

España y UE 21 €

Extranjero 45\$ USA

Otros Continentes 55\$ USA

EDITA: **TURISEM, S.L.**

ISSN: 0211-9633

Depósito Legal: M-3344-1982

Fotomecánica: Run Digital Print, S.A.

Impresión Run Print, S.A.

www.tatrevista.com

Otras Secciones:

Recuerdos, Hélices y Turbinas; Noticias de Compañías Aéreas; Tour Operadores; Turismo Nacional e Internacional; Cruceros/Navieras; Personas; Rent a Car; Trenes; Ferias; Libros; TurisEm, Congresos/Convenciones ...

vueling Conquista el territorio Barajas

Durante la rueda de prensa celebrada en Madrid el pasado 5 de Septiembre el presidente de Vueling, José Miguel Abad y el consejero delegado, Carlos Muñoz informaron a los medios de comunicación de los objetivos de la compañía, en especial con referencia a la expansión en Barajas.

Vueling estrena la temporada de invierno con el objetivo de conquistar el territorio Barajas. La compañía está aumentando sus operaciones en Madrid y prevé situarse entre las 4 primeras aerolíneas del principal aeropuerto de España. En Barcelona, **Vueling** se situó en la cuarta posición tan solo tras 18 meses de operaciones, y este verano ya ha alcanzado la tercera posición.

El plan que ha diseñado la aerolínea impulsa las rutas domésticas, dobla las internacionales y multiplica con Barcelona, esperando trasportar casi un millón de pasajeros en Barajas durante la temporada de invierno.

La compañía alcanzará los 17 aviones en febrero de 2007, de los cuales 7 estarán basados en Madrid.

Vueling aumentará el número de operaciones durante la próxima temporada de invierno. De 16 vuelos diarios durante el



De izda. a dcha.: Carlos Muñoz y José Miguel Abad, consejero delegado y presidente de Vueling durante la rueda de prensa

periodo anterior pasó a operar 40. Con un impulso decisivo a las rutas domésticas. Inaugurando a Santiago de Compostela, Granada y Bilbao y se incrementan hasta 5 las conexiones con Barcelona.

Vueling aunque desde sus comienzos como compañía *on-line* la venta de pasaje lo hace directamente, últimamente ha llegado a acuerdos con las Agencias de Viajes El Corte Inglés, Marsans y Barceló para que emitan billetes, ahora bien en este acuerdo no existe comisión por dichas ventas ya que las agencias cobran parte del coste del pasaje los gastos de gestión correspondientes. Según Carlos Muñoz, estas ventas representan un cuatro o cinco por ciento de las ventas de la compañía. ☺



y Sony Ericsson se asocian para ofrecer servicios de telefonía móvil a bordo

SAS, con el fin de ofrecer soluciones inteligentes y eficaces a sus viajeros de negocios ha ofrecido en cooperación con el gigante de telefonía móvil Sony Ericsson, durante el mes de junio, a sus pasajeros en los vuelos entre Arlanda (Suecia) y Nueva York, lo último en tecnología móvil de dicha compañía.

La tecnología Sony Ericsson probada en los aviones de **SAS** durante el mes de junio ha estado conectada a NetAccess, la conexión a Internet de alta velocidad ya incorporada a todos los aviones de **SAS** de largo recorrido, y no a la red de móviles convencional.

Según Manuel Tchalian, director de marketing de **SAS** para España y Portugal, "no es casual que nuestra compañía fuera la primera en universalizar la

conexión a Internet, ofreciendo acceso a la red a los pasajeros de todas las categorías en nuestros aviones de largo recorrido. El proyecto de telefonía con Sony Ericsson es otra prueba del compromiso de **SAS** por aplicar la tecnología para mejorar, en la medida de lo posible, las opciones y la calidad de nuestro servicio a bordo".

Además de comprobar la eficacia del uso de teléfonos móviles, los pasajeros de los vuelos Arlanda-Nueva York han podido también acceder al nuevo portal **SAS Mobile** www.sasmobileportal.se. ☺



AL VUELO

* **Iberia** ha lanzado 6 nuevas versiones de su página web en Cuba, Egipto, Marruecos, Rusia, Sudáfrica y Turquía. Con éstas son ya 37 las adaptaciones de **Iberia.com** que abarcan todos los países con destinos de **Iberia** en América, Europa y África, a excepción de Guinea Ecuatorial, Nigeria y Senegal.

A todas estas versiones se puede acceder fácilmente a través de www.iberia.com. ☺

* **El Colegio Oficial de Pilotos de la Aviación Comercial (COPAC)** considera que la Instrucción de la Secretaría de Estado de Seguridad, según la cual los agentes de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado que no están de servicio no podrán llevar armas en las cabinas de los aviones, es una medida positiva que ampara y ratifica en parte la postura del **COPAC**, pero insuficiente, ya que esta Institución es contraria a la presencia de armas de fuego en cabina en cualquier situación.

Desde hace años el **COPAC** ha alertado a la autoridad aeronáutica y a los responsables de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado del vacío normativo existente sobre el transporte de armas de fuego a bordo de aeronaves civiles, así como de los riesgos que dicho transporte podía suponer para la seguridad de los vuelos. ☺

* **US Airways Group** ha realizado un nuevo pedido en firme de siete A321-200. Simultáneamente ha convertido ocho pedidos anteriores de la Familia A320 (de siete A319 y un A320), en ocho A321. La compañía no ha anunciado todavía la selección de los motores para estos aviones. Cada uno de los 15 nuevos A321 acomodarán 183 pasajeros en dos clases. ☺

* **Boeing** prevé que el mercado de nuevos aviones comerciales alcance los 2,6 billones de dólares en los próximos 20 años. Los nuevos aviones cubrirán el aumento anual del tráfico de pasajeros (estimado en un 4,9% anual), y el incremento previsto en el tráfico aéreo de carga (6,1% anual). Se prevé una demanda de aproximadamente 27.200 nuevos aviones comerciales (tanto de pasajeros como de mercancías), doblando la flota mundial para el año 2025. La gran mayoría de los nuevos aviones serán reactores de pasillo único y doble. ☺

* **Monarch** ofrecerá un nuevo vuelo desde Ibiza a Birmingham. También comenzará a volar a Londres-Luton con cinco vuelos directos semanales.

El nuevo servicio comenzará el 24 de mayo de 2007, con tarifas de lanzamiento desde solo 25 € por trayecto, excluyendo tasas. Los asientos pueden adquirirse desde la página web de la compañía www.flymonarch.com o llamando al 800 099 260. ☺

IBERIA

Vuelos a Europa desde sólo 10 € ida y vuelta

Iberia ha lanzado una oferta especial para volar a distintas ciudades europeas desde sólo 10 € ida y vuelta.

En concreto, Ginebra, Lisboa, Milán, París o Roma desde Madrid; Ámsterdam, Milán, Roma y Venecia teniendo como origen Barcelona; y también la ruta Valencia-París.

Esta oferta, que no requiere compra anticipada, es válida para viajes que se inicien hasta el 30 de noviembre de 2006. Estos ventajosos precios no incluyen tasas, cargos por emisión, ni recargo por combustible. ●

Ginebra ya es nuevo destino con billete electrónico

** Además, Aeroméxico se une a las aerolíneas en las que se puede utilizar el billete electrónico al combinar vuelos con Iberia.*

Ginebra es el nuevo destino de Iberia al que se puede volar con el billete electrónico o billete sin papel. Con esta nueva incorporación, la emisión de billete electrónico ya es posible en prácticamente todas las rutas de Iberia, y tan sólo quedan pendientes cuatro destinos internacionales operados por Iberia Regional Air Nostrum a los que todavía no se permite esta modalidad (Basilea, Cagliari, Nápoles y Pisa). Recordemos que el pasado julio también incorporó Lagos. ●

IBERIA

IBERIA.COM Incrementa sus ventas un 48 por ciento

En los siete primeros meses del año, la página web de Iberia ha incrementado sus ventas un 48 por ciento respecto al mismo período de 2005, hasta rozar los 271,5 millones de euros. El 71 por ciento de esas ventas se realizaron en España, lo que supone más de 192 millones de euros, y un crecimiento respecto al mismo período del año anterior del 42 por ciento.

También las 36 versiones de la página web de Iberia en Europa, África, América y Oriente Medio incrementaron sus ventas hasta acercarse a los 80 millones de euros, un 85 por ciento más que de enero a julio de 2005.

En estos siete meses, se han emitido a través de Iberia.com cerca de 30.000 billetes electrónicos para

Puente Aéreo, lo que supone unas ventas de 4,5 millones de euros. En abril de 2005, Iberia se convirtió en la primera compañía en facilitar el billete electrónico (o billete sin papel) en trayectos que no admiten reserva como el Puente Aéreo. ●

**IBERIA**

Recibe un nuevo Airbus A-320

Iberia ha recibido un nuevo avión Airbus A-320, matrícula EC-JSK, al que ha bautizado con el nombre de "Ciudad Encantada". Esta aeronave, destinada a cubrir rutas nacionales, europeas y africanas, está configurada para transportar a 171 pasajeros. Con esta nueva incorporación, Iberia dispone ya de 62 aviones Airbus A-320 y un total de 87 de la familia Airbus A-320, que comprenden los modelos A-319, A-320 y A-321.

Se trata del segundo avión del modelo Airbus A-320 y el cuarto de la flota de corto y medio radio de Iberia que integra la nueva configuración de cabina de pasajeros. ●



El A320 "Benalmádena", primer avión recibido de este modelo

IBERIA

El 18 por ciento de los clientes ya utilizan el Auto Check-In

El 18 por ciento de los clientes de Iberia ya utilizan los servicios de auto facturación que ofrece la compañía, el auto check-in online al que se accede a través de Iberia.com y las máquinas de auto check-in situadas en aeropuertos y hoteles.

A través de ambos servicios, Iberia distribuye una media semanal de más

de 100.000 tarjetas de embarque, de las cuales el 48% se emiten en las máquinas de auto check-in situadas en aeropuertos y hoteles, un 8% en las máquinas de auto facturación específicas para los clientes del Puente Aéreo, y el 44% restante a través de Iberia.com. ●



IBERIA

Tres nuevos contratos para mantenimiento

* Revisará en exclusiva los motores de la flota Boeing B747 de Continental Airlines.

* Air Madrid renueva sus contratos de mantenimiento y asistencia.



Iberia Mantenimiento ha firmado nuevos contratos para la revisión y asistencia de aviones y componentes de importantes operadores y compañías aéreas. En concreto, últimamente ha renovado su acuerdo con la Armada Española y ha firmado nuevos contratos con Continental Airlines y Air Madrid.

Con Continental Airlines, se ha firmado un contrato en exclusiva por el que Iberia Mantenimiento dará servicio a los motores Rolls-Royce RB211-535E4-B, que equipan la nueva flota de Boeing 757-300 de la compañía norteamericana. Para llevar a cabo estas verificaciones, Iberia acondicionará su banco de

pruebas, de forma que será todavía más competitiva en los trabajos en estos motores.

Asimismo, Air Madrid ha renovado los contratos de mantenimiento con Iberia; éstos cubren el mantenimiento y servicio de los Airbus A330 y A340, mantenimiento de ruedas y frenos y los trabajos inherentes a componentes, prestación de equipos, útiles y herramientas y la realización de otros servicios en línea, así como el mantenimiento de los motores CFM56-5C.

Iberia, da servicio a más de 100 clientes de todo el mundo. Sólo en 2005 se hicieron revisiones a 957 aviones, 140 motores, 42 APU (motores auxiliares) y 46.856 componentes. Esta división se ha impuesto el objetivo de duplicar su facturación a terceros en el transcurso del actual Plan Director de la compañía (2006-2008) gracias a la especialización, precisamente, en mantenimiento de motores, componentes y segmentos de mayor valor añadido. ●

Lo que no debe hacer una Línea Aérea

Una campaña impresentable

A primeros de septiembre hemos asistido a una campaña por parte de la línea aérea Ryanair en Barcelona, en la cual, dicha compañía ponía en marcha una promoción impresentable y que dice muy poco de la categoría y seriedad de una línea aérea.

Creemos que la ejecutiva de Marketing y Ventas en España de Ryanair debería pensar mejor sus campañas de publicidad antes de hacer algo como los realizados, que está totalmente fuera de la ética comercial.

Lo que no esperaba Ryanair, era que su "genial idea" iba a ir contra ellos y dejar además una imagen tan deplorable de la compañía que tardará mucho en olvidar el cliente y que esperamos que no vuelva a suceder por el bien de la aviación comercial. ●

Las pancartas se vuelven contra Ryanair

La compañía de bajo coste ofreció vuelos gratis a todos los que acudieran con un cartel contra Iberia. El servicio de asistentes acabó con otros carteles, 150 denuncias y un requerimiento de Constante

RyanAir, desbordada en su acto crítico con la gestión de Iberia

El servicio de asistentes a la aerolínea al recibir 150 denuncias de manifestantes que no lograron el billete que se les prometía al acudir a su stand en la

RyanAir regalará vuelos a quienes se manifiesten este lunes contra Iberia

La compañía de bajo coste premiará con viajes gratis a los que porten pancartas contra la aerolínea en la Plaza de Catalunya en Barcelona

IBERIA

Nuevos destinos a su servicio de facturación por Internet

* *Marsella, Estrasburgo, Nantes y Toulouse son los cuatro nuevos aeropuertos en los que se acepta la tarjeta de embarque emitida a través de Iberia.com.*

Iberia ha incorporado, desde el pasado julio, los aeropuertos de Marsella, Estrasburgo, Nantes y Toulouse a su servicio de facturación online, de forma que en todas las ciudades francesas desde las que vuela Iberia se acepta la tarjeta de embarque emitida a través de Internet.

Con estas incorporaciones son ya 26 los aeropuertos europeos que permiten la facturación online; además, este servicio está disponible en todos los vuelos nacionales, a excepción del Puente Aéreo. Próximamente se extenderá este servicio al resto de los destinos de la red de Iberia que no requieran verificación de documentación. ●



Récords en pasajeros en el puente aéreo Barcelona-Madrid

** En el mes de junio la compañía alcanzó un 32,2% de cuota de mercado, lo que supone un nuevo récord para Spanair*

Spanair ha transportado el pasado junio en el Puente Barcelona-Madrid un total de 135.285 pasajeros, con un crecimiento con respecto a junio de 2005 del 14%.

La compañía ha incrementado su capacidad en un 12% y en 2.2 puntos porcentuales el factor de ocupación alcanzando el 75,1% con respecto al año pasado.

La mayor cifra dada por el factor de ocupación se ha registrado los viernes con un 81,6%, lo que representa una media de pasajeros transportados al día de 4.500. Por otro lado, esta media asciende situándose en 5.200 al día, si se tienen en cuenta los pasajeros transportados los días laborables, de lunes a viernes. ☺



Nueva ruta entre Madrid y Stuttgart

A partir del 29 de Octubre Spanair une las ciudades de Madrid y Stuttgart, ofreciendo un vuelo diario de ida y vuelta todos los días de la semana, con horarios especialmente adaptados a las necesidades del pasajero de negocios.

Con este nuevo vuelo directo amplía su red de vuelos regulares entre España y Alemania permitiendo mayor cantidad de conexiones desde Madrid con su extensa red doméstica así como a las ciudades de Lisboa y Roma operadas en código compartido por TAP y THAI respectivamente. ☺



5 nuevas rutas domésticas dentro de su plan de expansión

A partir del 29 de Octubre Spanair pone en marcha 5 nuevas rutas en el mercado doméstico enlazando la ciudad de Madrid con Granada, San Sebastián y Almería, así como Barcelona con Valencia y Granada.

El lanzamiento de este plan de expansión diseñado y dirigido al segmento de empresas permitirá a la compañía pasar del 25% al 40% de cuota de mercado en tres años, reduciendo los precios en estas rutas en torno al 50% y favoreciendo un crecimiento de mercado superior al 75%.

Con estos nuevos destinos Spanair transportará a más de 400.000 pasajeros adicionales en 2007, ofreciendo un producto multifrecuencia y excepcionales horarios de ida y vuelta. ☺



Madrid-Granada: 6 frecuencias diarias
Barcelona-Granada: 4 frecuencias diarias
Madrid-Almería: 6 frecuencias diarias
Barcelona-Valencia: 6 frecuencias diarias
Madrid-San Sebastián: 4 frecuencias diarias



La nueva aerolínea española comienza a operar

Como adelantábamos en nuestro número anterior, la nueva compañía española de vuelos de bajo costo con el nombre definitivo de CLICKAIR, comienza a volar a primeros de octubre

Clickair, que ultima los preparativos para su "despegue" con tres aviones Airbus A-320 en los primeros días de octubre, comenzará volando a cinco destinos durante ese mes y añadirá dos rutas más el mes de noviembre. La flota llegará a cinco aeronaves al finalizar 2007.

Las primeras rutas unirán Barcelona con Sevilla (seis frecuencias diarias), Ginebra (dos frecuencias), Zürich (una frecuencia) y Lisboa (una frecuencia). A estos destinos desde la base de El Prat se añadirá otra ruta "punto a punto" desde Sevilla-París/Orly con dos frecuencias diarias. En noviembre, comenzarán a operar otras dos nuevas rutas: Valencia-París/Orly (dos frecuencias diarias) y Valencia-Roma (una frecuencia).

Próximamente, se irán añadiendo nuevas rutas con inicio en enero de 2007 y para los siguientes meses del próximo

año. La ampliación de destinos correrá en paralelo a la entrada en servicio de 12 nuevos A-320 durante el ejercicio, la mayor parte de ellos durante el primer semestre, para alcanzar a término del 2007 un total de más de 20 aeronaves. En 2008 la ampliación de seguirá un ritmo similar hasta alcanzar 30 aviones y 10 millones de pasajeros transportados, según se contempla en el plan estratégico de la compañía.

clickair es la marca comercial de Clickair SA, sociedad registrada en 2006 para la creación y operación de una línea aérea regular. Los socios fundadores, cada uno con el 20% del accionariado, son el grupo ACS, a través de su filial Cobra, Iberia Líneas Aéreas, el grupo turístico Iberostar, la sociedad Nefinsa y el fondo de capital riesgo Quercus Equity (Grupo Agrolimen). El Consejo de Administración de la compañía está formado por diez consejeros, dos en representación de cada uno de los socios. La sociedad prevé una inversión total de 120 millones de euros entre 2006 y 2009 para la puesta en marcha y consolidación del proyecto, cuyo plan estratégico prevé transportar en torno a diez millones de pasajeros a finales de 2008. ☺

El A320 con los colores de la nueva compañía de bajo coste clickair





El tráfico aéreo de pasajeros creció un 6,7% en el primer semestre de 2006

El tráfico mundial de pasajeros en el primer semestre del año registró un incremento del 6,7%, mientras que el tráfico de mercancías creció un 5,2%, según la IATA. El factor de ocupación de pasajeros se situó en el 75,1%, 1,2 puntos porcentuales por encima del mismo periodo del año anterior. En junio, el tráfico de pasajeros mantuvo el patrón de "crecimiento sólido y constante" registrado en los últimos 18 meses, con un aumento del 6,5 respecto al mismo mes de 2005. Con un incremento de la capacidad del 4,4%, el factor de ocupación se situó en un 78,3%, 1,5 puntos porcentuales por encima de junio del ejercicio precedente. Por su parte, el transporte de mercancías creció un 4,1%, 1 punto porcentual menos que en mayo. ☉

Air Sahara confirma el pedido de 10 Boeing 737-800

Boeing ha confirmado un pedido de 10 aviones 737-800 Next-Generation por parte de la compañía aérea india Air Sahara. La aerolínea realizó este pedido -valorado en más de 700 millones de dólares (546 millones de euros) según precios de catálogo-, durante el primer trimestre de 2006. Hasta la fecha el pedido estaba asignado a un cliente sin identificar en la web de Pedidos y Entregas de Boeing. Las entregas están previstas a partir de mediados de 2009. ☉



Bruselas quiere acabar con las Tarifas Engañosas

* Obligar a las compañías a publicar el precio de los billetes con las tasas

La publicidad de las aerolíneas casi nunca incluye el precio de las tasas y otros recargos que soportan los billetes de avión. La Comisión Europea (CE) ha propuesto un reglamento con el que pretende que las compañías aéreas renuncien a la publicidad engañosa, que en ocasiones, muestra tarifas hasta cuatro veces inferiores a las finales.

Este reglamento obligará a que las aerolíneas incluyan las tasas, recargos por combustible y los impuestos en los precios de los billetes para que los consumidores sepan desde un principio cuánto les costará un viaje.

El nuevo reglamento sobre servicios aéreos simplifica en un solo texto tres normas de 1992 relativas a las licencias de explotación, los derechos en materia de suministro de servicios aéreos y las tarifas aéreas en la UE. La nueva norma deberá ser ratificada por el Consejo y el Parlamento Europeo. ☉



Adquiere dba Munich

Air Berlin ha adquirido el 100% de las acciones de la compañía aérea dba Munich. "No hemos querido dejar escapar la oportunidad de poder conseguir un partner ideal", ha declarado recientemente Joachim Hunold, Presidente de la compañía, quien presentó a su vez los resultados financieros para el segundo cuatrimestre del 2006. Desde abril hasta el 30 de junio, Air Berlin ha conseguido un beneficio neto de 30 millones de euros. La adquisición de dba no supone ninguna carga en los resultados de la empresa. Hunold apuesta por un "beneficio sustancial" para el año 2006. ☉

FLY GIBRALTAR Nueva aerolínea con sede en Gibraltar

El pasado 8 de agosto, la compañía aérea Fly Gibraltar anunció el inicio de sus vuelos entre Gibraltar y los aeropuertos británicos de Londres Stansted, Manchester, Birmingham y Bristol; y también entre las ciudades irlandesas de Dublín y Cork, a partir de marzo de 2007.

Fly Gibraltar tendrá su base en Gibraltar, y comenzará a operar con dos aeronaves Boeing 737-300, con capacidad para 148 pasajeros cada una. Los aviones serán arrendados a la aerolínea británica Astraevs Airlines, aunque lucirán el logotipo propio de Fly Gibraltar.

Fly Gibraltar será una compañía de bajo coste, pero que proporcionará a sus clientes ciertos servicios añadidos como la posibilidad de menús a bordo o de asignación de asiento. ☉



Despega el Boeing 737-900ER

El Boeing 737-900ER (alcance ampliado) despegó del aeropuerto municipal de Renton, Washington. Su primer vuelo marca el inicio de un programa de pruebas de 5 meses para obtener la certificación de la aeronave por parte de la Administración Federal de Aviación de los EE.UU. (FAA) y de la Agencia Europea de Seguridad Aérea a principios de 2007.

"Fue un vuelo casi perfecto," afirmó Craig, tras una hora y 45 minutos de vuelo. "Hemos estado trabajando en este avión desde 2001 y verlo convertido en realidad, por debajo del presupuesto y en el plazo previsto, es un gran tributo al equipo de

ingeniería y fabricación de Boeing".

El programa de vuelos de prueba del 737-900ER incluirá un segundo avión. Se prevé que las dos aeronaves cubran un total de 235 horas de vuelos de pruebas, y 210 horas de pruebas estáticas en tierra. Ambos aviones se entregarán el próximo año a la aerolínea indonesia Lion Air, cliente de lanzamiento del 737-900ER. ☉



AL VUELO

* **Lufthansa CityLine**, compañía miembro del grupo *Lufthansa Regional*, ha recibido el primero de sus *Canadair Regional Jet 900*, un nuevo modelo de avión más grande, silencioso y ecológico que sus antecesores. Este *Canadair Regional Jet (CRJ)*, del fabricante canadiense *Bombardier*, dispone de 84 asientos y se convertirá en el nuevo buque insignia de la flota de *CRJ* de **Lufthansa CityLine**.

El *CRJ900* tiene una cabina mayor que la del *CRJ200*, su modelo predecesor. Asientos modernos y cómodos, así como una mayor distancia entre ellos. El interior de los nuevos modelos ya cuenta con el nuevo diseño de cabina de **Lufthansa**, recientemente estrenado en la flota europea. ☺

* **Aer Lingus** ofrece desde primeros de julio un nuevo vuelo entre Tenerife y Cork, al sur de Irlanda. El nuevo vuelo completará los 3 servicios semanales directos que ya opera la aerolínea desde Tenerife a Dublín. ☺

* **Jet Airways** introduce desde el 6 de septiembre un vuelo diario directo entre Delhi y Singapur, con salida a las 8:35 h y llegada a las 16:50. El regreso se hace a las 23:00 h, con llegada a las 2:15 h del día siguiente.

También la compañía más grande de la india, opera vuelos diarios sin escala a Singapur desde Mumbai y Chennai. ☺

* **Spanair** oferta miles de plazas a 1 por trayecto, adquiriendo los billetes entre el 7 y el 14 de septiembre, en sus nuevas rutas domésticas: Madrid-Granada, Madrid-San Sebastián, Madrid-Almería, Barcelona-Granada, Barcelona-Valencia, así como su nueva ruta internacional Madrid-Stuttgart. Esta promoción, precios sin tasas ni cargos de gestión incluidos, va dirigida a los usuarios de www.spanair.com para volar del 29 de octubre de 2006 hasta el 31 de enero 2007, excepto algunas fechas de diciembre y enero.

Más información www.spanair.com. ☺

* **Iberia** ofrece a sus clientes un nuevo producto gastronómico en sus vuelos nacionales y europeos: sándwiches *Fast Good*.

Para ello ha contado con la colaboración del cocinero español Ferrán Adriá, creador junto a NH Hoteles de la cadena de restaurantes *Fast Good*.

El sándwich *Fast Good* se incorpora a la carta menú de **Iberia** "Tu Menú", que ha cambiado recientemente su diseño por otro más visual, claro y atractivo.

"Tu Menú" contiene sándwiches y bocadillos en continua renovación, así como bebidas, cafés e infusiones. Igualmente, se ofrecen varios menús de almuerzo y desayuno donde hay una combinación de varios alimentos a seleccionar por el pasajero, todos ellos de gran calidad. ☺



Nuevo vuelo a China

SN Brussels Airlines inauguró a finales de Julio un nuevo vuelo a China, que salió con 233 pasajeros. Este nuevo servicio es el resultado de una asociación entre **SN Brussels Airlines** y *Hainan Airlines*.

Desde España habrá 4 servicios semanales desde Madrid, Bilbao, Barcelona y Sevilla.

Los vuelos saldrán los martes, jueves, sábados y domingos por las tardes y llegarán a Pekín al día siguiente por la tarde. La llegada a Shanghai será al día siguiente a primera hora.

De Shanghai y Pekín saldrán los vuelos los martes, jueves, sábados y domingos y llegarán el mismo día a última hora de la tarde a Madrid, Bilbao y Barcelona y a Sevilla al día siguiente a primera hora de la tarde.

Estos vuelos tienen una parada en Bruselas. Desde Bruselas, el vuelo a Pekín es directo, y el vuelo a Shanghai hace una breve parada en Pekín.

Todos los vuelos están operados por *Hainan Airlines* con el *Boeing 767-300 ER* incluyendo clases *business* y *economy*. ☺

Más información: 902 901 492.



Lufthansa

Reanuda sus vuelos a Beirut

Tras la reapertura del Aeropuerto Internacional de Beirut, **Lufthansa** ha reestablecido sus operaciones de vuelo a la capital libanesa. Desde el miércoles 23 de agosto, los clientes tienen a su disposición cinco vuelos a la semana de Frankfurt a Beirut.

Debido al conflicto militar en el Sur del Líbano, y al cierre del Aeropuerto Internacional de Beirut, **Lufthansa** se vio forzada a suspender sus vuelos el 20 de Julio y a cancelarlos, por el momento, hasta el 31 de agosto de 2006. Pese a esto, la línea aérea facilitó a los pasajeros con vuelos reservados hacia Beirut nuevas reservas gratuitas hacia las conexiones de Amman o Larnaca.

Asimismo, a petición de la Oficina Federal Alemana de Extranjería, cuatro vuelos especiales fueron operados por **Lufthansa** desde Damasco, Larnaca y Amman hacia Frankfurt. ☺



Vuelos en código compartido con British Airways

Malév Líneas Aéreas Húngaras, firmó el pasado junio un acuerdo de vuelo en código compartido con *British Airways*, que entrará en vigor el 1 de noviembre. A partir del comienzo de 2007, **Malév** ampliará aún más su acuerdo con la aerolínea británica en su calidad de miembro de la alianza *OneWorld*.

Según este acuerdo, **Malév** comenzará en noviembre a operar junto con *British Airways* tres vuelos diarios que unirán el aeropuerto londinense de Heathrow con el de Ferihegy de

Budapest, mientras que los dos vuelos diarios Budapest-Londres Gatwick de **Malév** también se englobarán bajo el código compartido con la aerolínea británica. Igualmente, el código de *British Airways* se incorporará a los servicios de **Malév** desde Budapest a destinos de su zona de influencia geográfica, como Constanta, Larnaca, Sarajevo, Skopje, Timisoara, Tirana y Varna. Por su parte, las rutas de *British Airways* a Aberdeen, Glasgow, Manchester y Newcastle recibirán los códigos de **Malév**. ☺



Seis décadas enlazando las dos Capitales Ibéricas

Seisenta años después, el DC3-Dakota de TAP (Transportes Aéreos Portugueses) ha vuelto a presentarse en Madrid. Esta vez no ha tocado tierra en el aeropuerto madrileño, sino en el suntuoso Casino de Madrid, elegido para celebrar el 60 aniversario del primer vuelo comercial de la aerolínea lusa. Ha sido una verdadera fiesta, en la que los invitados pudieron ver una exposición sobre el pasado, el presente y el futuro de TAP, y deleitarse con una magnífica comida.

El 19 de septiembre de 1946 aquel primer vuelo transportó once pasajeros (tenía capacidad para 21) y, con una velocidad de crucero de 270 km/h, inauguró una operación que desde su inicio ofrecía dos vuelos semanales Lisboa-Madrid, los martes y jueves, con regreso al día siguiente, Madrid-Lisboa. Sólo dos años después los vuelos de esta ruta se aumentaron a tres por semana, y en las décadas siguientes TAP ha ido reforzando y consolidando continuamente su presencia en el mercado español.

TAP fue creada en marzo de 1945. Ha sido pionera en la apertura de rutas entre Europa y África, en el uso de distintos tipos de flota y en ofrecer productos de alta calidad y prestigio. Vuela actualmente a 46 destinos de Europa, África y América, operando con 47 aviones Airbus de larga y media distancia. España continúa siendo destino y origen prioritario para la compañía, con 5 vuelos diarios entre Madrid y Lisboa y también 5 vuelos diarios entre Barcelona y Lisboa. Sólo en los primeros siete meses de este año TAP ha transpor-



tado más de 300.000 pasajeros en las líneas de España, con un crecimiento del 7 por ciento sobre el mismo período del 2005. Este crecimiento está siendo superior a la media del de la Industria en el mismo período, confirmando la evolución positiva de los resultados globales de TAP España.

En septiembre interesantes ofertas

Celebrándose el 60 aniversario de la línea Madrid Lisboa, los pasajeros de TAP pueden volar GRATIS, utilizando la oferta 2x1 durante todo el mes de Septiembre para vuelos seleccionados durante los meses de Octubre y Noviembre.

TAP ha lanzado una tarifa especial para ventas anticipadas a Lisboa desde Madrid por solo 48 € y desde Barcelona por 68 € ida y vuelta.

En larga distancia TAP también ofrece atractivas promociones para los pasajeros que compren sus billetes antes del 20 de

AL VUELO

* **Spanair** ha puesto en marcha un nuevo servicio online orientado a la pequeña y mediana empresa, ofreciendo ventajas tales como una mayor flexibilidad en los vuelos en Clase Economy, precios competitivos, descuentos proporcionales en función del volumen de reservas efectuadas, etc, y todo ello gestionado a través del portal www.spanairempresas.com.

* **AirOne**, compañía aérea italiana, ha firmado un contrato con la empresa canadiense Bombardier que prevé 6 encargos fijos por un valor de 150 millones de dólares USA además de 10 opciones de compra de los nuevos aviones CRJ900 regional jets. Los nuevos aeroplanos están preparados para acoger 90 plazas y serán destinados al mercado doméstico y regional.

AirOne que ofrece ya sus vuelos desde Roma y Milán a Ibiza y Palma de Mallorca.

* **Air Berlin** es la mejor compañía aérea de bajos precios del mundo. Este es el resultado de una encuesta independiente, de carácter internacional, realizada a clientes de aerolíneas por la asesora londinense Skytrax. En la que han participado más de 13 millones de pasajeros de 94 países, entre los que se incluyen ejecutivos de negocios y turistas. En el ranking europeo, **Air Berlin** ha repetido el primer puesto alcanzado ya el año pasado.

Octubre con destino a Nueva York, desde 298€, Caracas 438€, Nordeste de Brasil (Natal, Fortaleza, Recife o Salvador) 598€, en América, Sal en Cabo Verde 368€, Dakar 210€, Maputo y Johannesburgo 698 € en África con condiciones especiales de aplicación, excluidas las tasas y recargos de combustible o emisión.

Información: Agericas de Viajes
ó en el Teléfono 901 11 67 18

AIRBUS El Airbus A380 despegga de Toulouse en su primer vuelo con pasajeros



El Airbus A380 despegó del aeropuerto internacional de Blagnac, el pasado 4 de septiembre con 474 pasajeros a bordo en el primero de una serie de cuatro vuelos largos o "Vuelos Largos Iniciales". Durante estos vuelos, los pasajeros, que son empleados de Airbus y expertos en cabinas, comprobarán que todo está correcto en la cabina.

Estos vuelos suponen un paso importante hacia la entrada en servicio del A380.

Aunque no forman parte del programa de certificación técnico, estos permiten a **Airbus** comprobar los sistemas y el ambiente de la cabina en vuelo, antes de la certificación final, lo que asegura que las líneas aéreas se beneficiarán de un avión maduro cuando se entregue.

Se han realizado cuatro Vuelos Largos Iniciales desde Toulouse, con una duración de siete, diez, doce y quince horas respectivamente, y un vuelo nocturno para cubrir todo tipo de condiciones. Los vuelos más cortos se realizaron sobre España, Francia, el Reino Unido y Alemania. Los pasajeros en los vuelos más largos fueron más lejos, hasta Noruega en el norte, o hasta las Islas Canarias en el sur.



La mejor aerolínea de "lost cost", presentó sus novedades

Air Berlin es la segunda aerolínea más importante de Alemania y ocupa la tercera posición en el ranking europeo de líneas aéreas de bajos precios. La buena relación calidad-precio que ofrece Air Berlin es atractiva, tanto para los que viajan por negocios como por placer.

Air Berlin pertenece a las tres compañías principales de bajos precios de Europa con grandes expectativas de crecimiento también fuera de Alemania, lo cual refuerza su posición como línea aérea europea. Vuela de Alemania a 94 puntos de Europa y el Norte de África, ampliando continuamente su red.

Air Berlín con la adquisición de dba, coordinará con esta los programas de vuelo para el próximo invierno y apartir del 1 de abril de 2007 se ofrecerá un programa de vuelos de verano conjunto.

NOVEDADES

Nuevas rutas a Milán-Bergamo desde España y Portugal y Asturias/Oviedo

Se inicia a partir del 1 de noviembre, existe conexión, vía Palma de Mallorca, desde 9 ciudades españolas: Alicante, Barcelona, Bilbao, Ibiza, Madrid, Málaga, Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia, desde 69 por trayecto, incluyendo tasas e impuestos; y también desde 2 ciudades portuguesas: Faro y Lisboa.

Desde Asturias/Oviedo se puede volar, vía Palma de Mallorca, con Air Berlín y sus partners a Ámsterdam, Berlín, Bremen, Dortmund, Dresden, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt, Hamburgo, Hannover, Colonia Bonn, Leipzig/Halle, Munich,

Münster/ Osnabrück, Nuremberg, Paderborn/Lipp-stadt, Stuttgart, Linz y Salzburgo.

Volando a 26 aeropuertos desde Madrid

Air Berlin vuela desde Madrid a 26 aeropuertos, 17 aeropuertos en Alemania, 3 en Austria, 2 en España, 1 en Holanda: en Italia y 1 en Suiza

El precio por trayecto, a/desde Alemania, Austria, Holanda, Inglaterra, Italia y Suiza (vía Palma de Mallorca), es desde 69 Euros. El precio por trayecto, a/desde Palma de Mallorca, es a partir de 29 Euros, diario y directo.

Volar y pagar menos con Air Berlin

El 40 por ciento de los pasajes vendidos por Air Berlin es adquirido por mayoristas y agencias de viajes y un 60 por ciento son ventas directas. El 50 por ciento de las



Alvaro Middelmann, durante la rueda de prensa celebrada en Madrid el 13 de septiembre

ventas directas se realizan por Internet.

Air Berlin es la única compañía aérea de bajos precios que incluye en todos sus vuelos, desde 29 € las tasas e impuestos, la preasignación de asiento a la hora de facturar, prensa, refrigerios y bebidas sin alcohol a bordo.

Los vuelos de Air Berlin se pueden adquirir a través de www.airberlin.com, en la Central de Reservas las 24 horas (Telf: 902 320 737) o en las agencias de viajes. Se aplican descuentos para niños, bebés y grupos. Además, Air Berlin ofrece un programa de fidelización denominado Top Bonus. ●

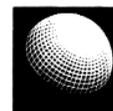


Refuerza su oferta de vuelos hacia Detroit gracias a un acuerdo de código compartido con Northwest

Desde el 2 de septiembre, Air France ofrece 13 frecuencias semanales entre París y Detroit, en lugar de las seis que existían anteriormente.

Esta mejora de la oferta ha sido posible gracias a un acuerdo de código compartido entre Air France y la compañía americana Northwest miembro de la alianza SkyTeam.

Este acuerdo, Air France podrá proponer nuevas rutas hacia los Estados Unidos, operadas por Northwest a través de su hub de Detroit. Además, Northwest también podrá extender su oferta hacia varias ciudades de Europa, África y Medio Oriente, operadas por Air France a través del hub de Roissy-Charles de Gaulle. ●



amadeus
GLOBAL TRAVEL DISTRIBUTION

A finales de 2006 el 70% de los billetes serán electrónicos

Amadeus, anuncia que, según sus cálculos, el 70% de los billetes emitidos a través de su sistema de reservas serán electrónicos a finales de 2006. Actualmente, esta cifra se sitúa en el 64,5%.

Amadeus es el líder mundial en distribución de billetes electrónicos, modalidad de billeteaje que ofrece a 153 aerolíneas y 138 países, situándose muy por encima de su más inmediato competidor. En 2006, Amadeus ha implantado el billeteaje electrónico en 39 aerolíneas y espera que otras 20 lo adopten antes de finales de año. ●

AENA



130 millones de pasajeros en los ocho meses del año

Los aeropuertos españoles registran en Agosto más de 20 millones y medio de pasajeros, un 3,8% más que el año pasado

Los aeropuertos españoles registraron en agosto más de 20 millones y medio de pasajeros, operaron más de 223.000 vuelos. Estas cifras reflejan un significativo aumento con respecto al mismo mes de 2005, ya que el número de pasajeros se incrementó el 3,8% y el volumen de operaciones creció el 4%.

De enero a agosto de 2006 los aeropuertos españoles registraron un total de 129.947.939 pasajeros y 1.550.281 operaciones, lo que representa un incremento del 6,5% y del 4% respectivamente, sobre el mismo periodo del año anterior.

Pasajeros

El número total de pasajeros en agosto de 2006 fue de 20.698.445, un 3,8% más, con respecto al mismo mes de 2005. De estos 20.519.832 corresponden a vuelos comerciales, 12.480.372 utilizaron vuelos internacionales y 8.039.460 vuelos nacionales.

Madrid-Barajas continúa siendo el aeropuerto de mayor tráfico de pasajeros con 4.259.787; le siguen Palma de Mallorca con 3.162.758; Barcelona-El Prat con 3.004.791; Málaga con 1.429.211; Alicante con 980.099; Ibiza con 860.143; Gran Canaria con 851.427 y Tenerife Sur con 832.400.

Operaciones

En agosto, realizaron un total de 223.185 operaciones. De estos movimientos, 189.881 corresponden a vuelos comerciales, 93.757 tuvieron carácter internacional y 96.124 fueron nacionales. Respecto al tipo de vuelo, 151.331 fueron regulares y 35.438 chárter.

Madrid-Barajas continúa siendo el mayor tráfico con 36.365 vuelos, seguido de Barcelona-El Prat, con 28.564, Palma de Mallorca, con 24.079; Málaga con 13.336; Ibiza, 9.925; Gran Canaria, 9.443; Valencia, 7.987 y Alicante, 7.980.

En el mes de Julio registraron más de 20 millones de pasajeros

Los aeropuertos españoles registraron en julio más de 20 millones de pasajeros, operaron más de 220.157 vuelos. Estas cifras reflejan un significativo aumento con respecto al mismo mes de 2005, ya que el número de pasajeros se incrementó en 3,9% y el volumen de operaciones creció el 1,6%.

Unos 4.000 aviones vuelan diariamente por los cielos de Europa

El tráfico aéreo en Europa no deja de crecer. Las previsiones son que el incremento continuará en los próximos años. Actualmente vuelan alrededor de 4.000 aviones simultáneamente por los cielos europeos, según los datos de Eurocontrol. Cada día se realizan 30.000 vuelos en el continente y se prevé que en 2020 la cifra se incrementará hasta los 17,2 millones de vuelos al año.

Fomento hará inversiones de 18.000 millones en Aeropuertos

La ministra de Fomento Magdalena Álvarez, anunció recientemente que el Gobierno planea destinar 18.000 millones de euros a mejoras y ampliaciones en los 48 aeropuertos españoles hasta 2010. La mitad de esa suma irá a parar a los de Madrid y Barcelona y otros tres millones los

de las Islas Canarias.

Según la ministra el aumento de la capacidad de los dos principales aeropuertos españoles tendrá consecuencias positivas para los restantes, que en gran parte dependen de ellos, y mejorará la competitividad de las líneas aéreas del país.



España en quinto lugar en número de vuelos

El tráfico aéreo en España crecerá en este ejercicio dos puntos por encima de la media, es decir un 5,7% frente al 3,7% de Europa. En 2008, se estima que el incremento español será del 14% y el europeo el 10,8%. Las previsiones apuntan a que en 2007, el tráfico aéreo en Europa se incrementará un 4,3% y en España será del 6,3%. En 2005, España se situó en el quinto lugar por número de vuelos (1,6 millones) por detrás de Alemania (2,7 millones), Francia (2,6 millones), Reino Unido (2,4 millones) e Italia (1,6 millones).

ESTANBUL

Una de las ciudades más bellas del mundo y la única construida sobre dos continentes, Asia y Europa, que se acercan como si quisieran darse un beso. Fue la capital de tres grandes imperios, el romano, el bizantino y el otomano, durante un periodo de dos mil años





Mezquita de Sultan Ahmet (Mezquita azul)

En el corazón de la ciudad está el Estrecho del Bóforo, por donde corren las aguas del Mar Negro, el Mar de Mármara y el Cuerno de Oro



Estambul es encrucijada de pueblos y culturas, comenzó como una aldea de pescadores a finales del II Milenio a. de J.C. Se llamó Bizancio. Fue consagrada a principios del siglo IV por el emperador romano Constantino El Grande como la capital del Imperio Oriental y se cambió de nombre a Constantinópolis después de la adopción del cristianismo. Después de la caída del imperio romano, los emperadores bizantinos competían con adornarla de bellísimas obras de arte y construcciones hasta su decadencia a partir del siglo XI.

En 1453 fue conquistada por los otomanes y el nombre de Constantinopla paso a ser Estambul. Durante el periodo otomán los sultanes contribuyeron al embellecimiento de esta ciudad, con numerosas obras de arte y arquitectónicas. En esta ciudad se conjugan el arte islámico al lado de las bellezas

romanas y bizantinas, es considerado como uno de los museos al aire libre más grandes e interesantes del mundo.

En 1923, pierde su capitalidad, tras la Guerra de la Independencia y la disolución del califato y del sultanado, pasando Ankara a convertirse en la capital de la nueva República. Pero Estambul ha seguido creciendo y se considera como el verdadero centro comercial e industrial del país, su población sigue en aumento, también debido a la emigración.

La ciudad de Estambul fascina a sus visitantes por ser un crisol de culturas; museos, iglesias, grandes mezquitas, palacios y bazares se destacan por doquier. Hay muchísimo que visitar, pero voy a destacar lo más interesante para el viajero.

El Palacio de Topkapi

Este bellissimo palacio que está rodeado de una gran muralla de más de 5 kilómetros, alberga una gran muestra de arte bizantino y otomán, data de 1470. Es un laberinto de espléndidos edificios, rodeados de bonitos jardines, donde gobernaron los sultanes. Destacan sus colecciones de cristal, porcelanas chinas y plata. El Harén, con las dependencias de las mujeres, concubinas e hijos. La Sala de Audiencias, la Biblioteca, las Salas del Tesoro, con famosas joyas. También se encuentran las reliquias del Profeta Mahoma.

El Museo Arqueológico y el Pabellón de Azulejos que están dentro del palacio son de gran interés.

El Palacio de Dolmabahce

Situado en la ribera del Bósforo, construido a mediados del siglo XIX, su fachada se extiende a lo largo de 600



Obelisco de Pórfido, en la Plaza de Hipódromo

metros, es un monumento suntuoso, que refleja todo el esplendor de la última época imperial, con sus preciosas alfombras, lámparas, colección de pinturas, estatuas y su cristalería europea.

El Bósforo

Ningún otro estrecho del mundo es tan bello y tan interesante como el Bósforo, de 36 kilómetros de largo,

entre el Mar Mármara y el Mar Negro, cuyo punto más angosto tiene solo 700 metros. A ambos lados se encuentran bellísimas casas ribereñas, residencias estivales, palacetes. Se debe de hacer una excursión costeano ambas orillas, Europa y Asia a lo largo del Bósforo, en pequeños vapores regulares, o en barcos turísticos, también se puede alquilar barcos privados.





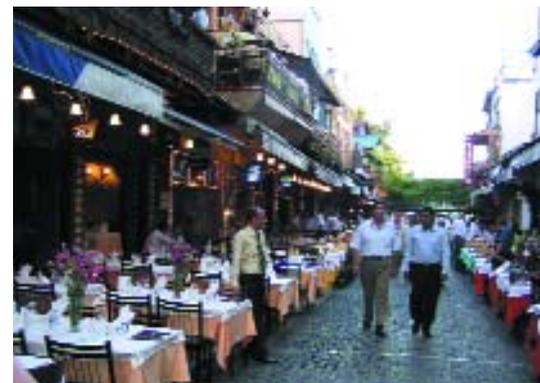
Las antiguas Murallas

Santa Sofía

La basílica de Santa Sofía, considerada la obra más grande y sagrada de la época bizantina, está considerada como la octava maravilla del mundo por algunos historiadores. Hoy convertida en museo. Justiniano, el emperador bizantino soñaba con una basílica más grande que el templo de Salomón en Jerusalén, (del que actualmente no queda nada más que el "Muro de las Lamentaciones"), su construcción duró 16 años y fue víctima de terremotos, pero siempre fue reconstruida.

Después de la conquista de Constantinopla por los turcos fue convertida en mezquita, y sus mosaicos y frescos fueron enjalbegados. En 1935 Santa Sofía fue convertida en museo por orden de Mustafa Kemal, fundador de la, moderna República de Turquía y sus mosaicos y frescos fueron limpiados y restaurados.

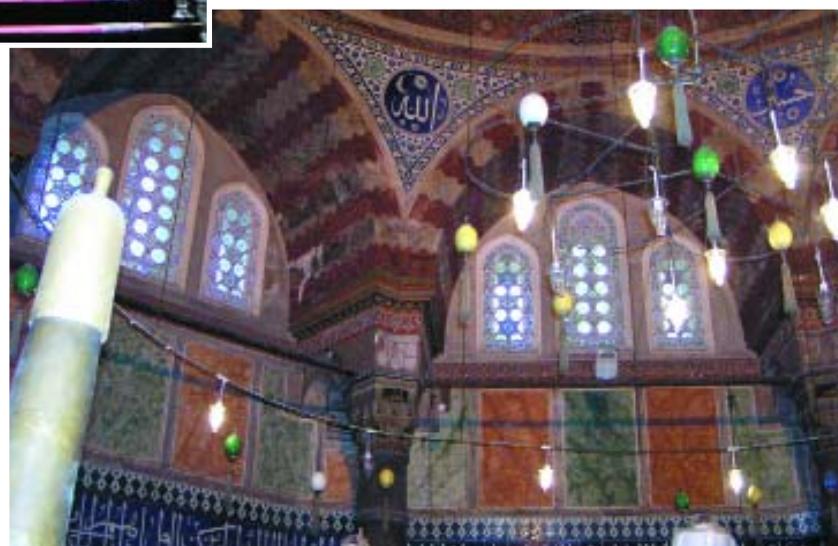
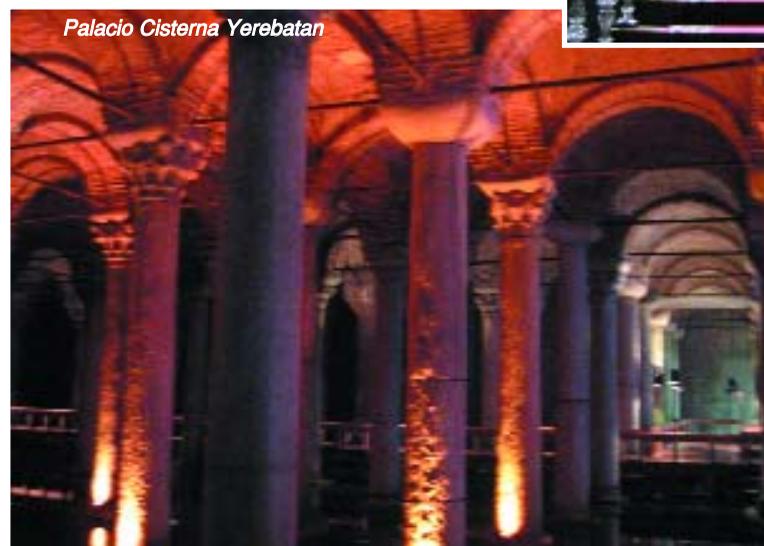
Calle de los Restaurantes



*Palacio de Dolmabahce
Abajo: Museo de Santa Sofía*



Palacio Cisterna Yerebatan



Solimán el Magnífico

Esta mezquita, situada en la orilla occidental del Cuerno de Oro, construida a mediados del siglo XVI, está en medio de un complejo religioso y cultural, con la tumba de Solimán el Magnífico, que reinó durante la edad de oro del imperio Otomán y la construyó; también está la tumba de su primera dama. Además de la belleza arquitectónica y de sus proporciones impecable, destacan sus magníficas vidrieras.

Sultán Ahmet

Conocida como la Mezquita Azul, está situada al lado del hipódromo, construida a principios del siglo XVII, comprende un conjunto religioso y cultural; escuela, hospital y la tumba del Sultán Ahmet. Su arquitectura armoniosa junto con sus seis alminares esbeltos en el exterior, con sus ornamentos interiores pintados a mano y sus azulejos de una belleza sin igual, merecen una gran admiración y respeto; sin olvidar el mimber (púlpito) de mármol blanco, delicadamente tallado. Sus vidrieras ponen en una nota especial de color y luz en el interior.

Como ir:

La compañía aérea Turkish Airlines, tiene vuelo directo Madrid-Estambul-Madrid, diario, excepto los martes, con Boeing 737-800, con una buena atención al pasajero, también en clase turista se sirven almuerzo.

Tel. 902 111 235
www.turkisairlines.com

Donde alojarse:

La oferta de hoteles en Estambul es muy amplia sobre todo de cinco y cuatro estrellas, pero por su situación, modernidad, un servicio muy esmerado, amplias habitaciones con magnificas vistas y su gastronomía, recomiendo el

HOTEL CONRAD 5 estrellas,
en Yildi Cad. Besiktas,
Tel 212 227 30 00

Donde comer:

Estambul es una ciudad que goza de una gran cocina internacional y sobre todo mediterránea, donde no falta el aceite de oliva. Hay restaurantes por doquier y de todas las nacionalidades, hay muchos que abren las 24 horas. Hemos seleccionado a continuación los de pescado por parecernos más típicos y en los barrios más pintorescos, pero las carnes están muy bien condimentadas y asadas en todos ellos. Siempre, al comer se comienza con un gran despliegue de aperitivos, ensaladas y yogures, antes del plato fuerte. Al igual que los postres son muy variados, ricos en frutas y sobre todo en dulces. En la gastronomía turca se nota la cultura de diversos pueblos que han pasado por este país.

BEYAZ Restaurante,
en Balıkcılar Çarşısı nº 28
HAVUZBASI Restaurante,
en Çarşısı, 15
HANEDAN Restaurante,
en Besiktas
NEYZEN Restaurante,
en Capariz SK, nº 10
DEVELI Restaurante,
en el barrio de Samatya

Para mas información:

Consejería de Información
de la Embajada de Turquía
Pz. España, 18, Torre de Madrid,
pl13, Of. 3 - 28008 MADRID

Tel 91 559 70 14
www.turquia.net



El Gran Bazar

El Kapahçarsi, es su verdadero nombre y es una de las principales atracciones turísticas que el viajero no debe dejar de visitar y comprar. Fundado en la época otomana, a mediados del siglo XV, fue destruido muchas veces por los incendios. Es un laberinto de calles con mas de 400 tiendas; totalmente cubierto. Situado en la ciudad antigua. El nombre de sus calles corresponde a los artículos que se venden: la calle de los orfebres, la calle de las alfombras... bancos, joyerías, telares, restaurantes, cafés y otros. Aquí es riguroso el regateo para las compras, si se hace pesado y largo te invitan a un té. No hay ningún problema con el español, casi todos los vendedores lo hablan. Debemos hacer un reconocimiento al Instituto Cervantes con presencia en esta ciudad haciendo una gran labor del idioma español

La Puerta de Salutación del Palacio de Topkapı



La Plaza del Hipódromo

Esta plaza de carreras fue construida durante el reinado de Septimio Severo y terminada 100 años más tarde, en la época de Constantino el Grande, fue escenario de muchos hechos políticos. Sus piedras de las gradas fueron extraídas para la construcción de la Mezquita del Sultán Ahmet, y actualmente quedan tres columnas y una fuente.

El Palacio Cisterna Yerebatan

Situado muy cerca de Santa Sofía, es una de las cisternas más grandes de la época bizantina, que suministraba el agua a los bizantinos que se refugiaban dentro de las murallas de la ciudad durante los ataques de los bárbaros. La cisterna de Yerebatan tiene 336 columnas procedentes de Anatolia, estilo corintio en su mayoría,; se alimentaba del acueducto construido por el emperador Valente y que es uno de los monumentos más importantes de la ciudad.



El Gran Bazar

La Torre Gálata

Esta bella torre que se destaca de la ciudad, es una construcción genovesa de 1348, se eleva 62 metros sobre el Cuerno de Oro. Desde la parte superior se disfruta de una panorámica espectacular del Cuerno de Oro y del Bósforo. Hay un restaurante en el último piso con espectáculo para por las noches.

En 1600 un turco, delante de testigos y del sultán, voló con un artefacto con alas, inventado por él, desde la torre



Gálata a la plaza de Doganaitur, cruzando el Bósforo, se llamaba Hazarfen Ahmet Selebi, y el sultán le regaló un saco de monedas de oro y le exilió a Argelia. Porque sus ministros le dijeron “que si era capaz de volar, también le podría quitar el trono”.

El Bazar de las Especies

Este bazar situado al lado de la Mezquita Nueva, construida en 1666, también es muy simpático el visitarlo y comprar, hay especies, frutas, dulces, comida, flores, animales, parte techado y al aire libre, los animales y las flores. Al entrar está el Restaurante Pandeli, de comida turca, que solo abre al mediodía. ☺

Texto: Mafer
Fotos: Antonio Flórez



Futuro del turismo en el Mediterráneo

Para analizar los diferentes ángulos, tendencias y procesos que en materia turística se desarrollan en el área del Mediterráneo, se celebró un interesante curso sobre **"Nuevos escenarios para el futuro del turismo en la cuenca del Mediterráneo"** en Valencia, organizado por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la Escuela Oficial de Turismo de la Universidad de Alicante. La sesión de apertura, celebrada en el Palacio Pineda, sede de la UIMP en Valencia, intervinieron *Vicente Bellver*, director de la citada Universidad, *Fernando Vera* director del curso que hizo la presentación del mismo y *Milagrosa Martínez*, consejera de Turismo de la Comunidad Valenciana. La conferencia inaugural estuvo a cargo de *Augusto Huéscar*, director de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción de la Organización Mundial de Turismo (OMT) quien trazó una panorámica general del turismo a nivel mundial y a nivel europeo. En 2005, las llegadas de turistas internacionales en la cuenca del Mediterráneo alcanzaron los 260 millones, ocupando España el segundo lugar después de Francia, generando unos ingresos superiores a los 156.000 millones de euros. La perspectiva de los mercados emisores fue abordada por *Águeda Esteban Talaya*, catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha, ocupándose de los factores de influencia, el comportamiento de los turistas que visitan el Mediterráneo español procedentes, principalmente, del Reino Unido, Alemania y Francia.

Sobre las estrategias de los operadores turísticos habló *Eduardo Zamorano*, director general de TUI, principal mayorista europeo en España, quien analizó los grandes cambios producidos en la demanda con unos clientes cada vez

mejor informados, más exigentes y en busca de nuevas experiencias. En cuanto al turismo masivo de sol y playa, abogó por mantener los precios y renovar la planta hotelera como fórmula para ser más competitivos. *Salvador Antón Clavé*, director de la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona, habló sobre el reposicionamiento de los destinos, las principales acciones choque que se han realizado a través de diferentes planes en el litoral Mediterráneo español, su influencia, desarrollo y resultados obtenidos. *José Antonio Donaire*, director del Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Gerona, intervino sobre este mismo tema, en su aspecto de patrimonio cultural y natural en destinos tradicionales del Mediterráneo, destacando aquellos que no han sufrido una agresión urbanística e inmobiliaria. *Mimoun Hillali*, del Instituto Superior de Turismo de Tánger, subrayó lo que representa el Mediterráneo como gran eco región que acapara el 30% del tráfico marítimo mundial y el desarrollo del turismo de Marruecos, en cuyo Contrato-Programa con horizonte 2010, considera al turismo como sector nacional prioritario para planificar y promover un desarrollo turístico sostenible y alcanzar en 2010, los 10 millones de llegadas.

En relación a la integración territorial y nuevos espacios intervinieron los codirectores del curso, *Fernando Vera Rebollo*, catedrático de Análisis Geográfico Regional y *Rosario Navalón García*, profesora titular de la misma materia en el Universidad de Alicante. El primero expuso las interrelaciones entre el turismo y el



territorio, la degradación de las áreas costeras y la necesidad de su reestructuración y renovación, creando espacios nuevos basados en planes urbanísticos y complejos turísticos integrales. Por su parte, la profesora, se refirió a los nuevos espacios naturales, la expansión del turismo residencial, el turismo de las comarcas rurales y el uso turístico en los núcleos urbanos. El turismo de cruceros fue desarrollado por *José Antonio Fernández Cuesta*, consejero de Maritime Mark, cuya reseña aparece en la sección de cruceros de esta revista. Los efectos de las aerolíneas de bajo coste en relación a los nuevos escenarios entre áreas emisoras y espacios de destino turístico, fueron expuestos por *Joseph A. Ivars Baidal*, técnico de la Escuela Oficial de Turismo de la Universidad de Alicante. Tras analizar en detalle el modelo de negocio de estas compañías, su posicionamiento estratégico, óptima rentabilidad, atributos del producto y perfil del pasajero, subrayó las repercusiones ocasionadas en el panorama turístico, incrementando el alojamiento extrahotelero y residencial, generando nuevas relaciones aeropuertos-aerolíneas y reforzando la competitividad en el sector con efectos claramente beneficiosos. Para 2008 estima que alcanzarán una cuota cercana a un tercio del total del tráfico aéreo europeo. ☹

José Antonio Fernández Cuesta



TURGALICIA Más turismo extranjero

Galicia es la Comunidad Autónoma en la que más ha crecido, en lo que va de año, el número de turistas extranjeros, según los

datos de la Encuesta de (FRONTUR). Así, hasta el mes de agosto visitaron la Comunidad gallega 662.697 turistas extranjeros, un 6,9 por

ciento más que en el mismo período del año pasado.

Entre estas cifras, destacan los datos correspondientes al mes de julio: Galicia ha

recibido en julio de 2006 un total de 229.165 turistas extranjeros, una cifra que supone el 36,6 por ciento más que en el mes de julio de 2005. ☹



CARTAGENA DE INDIAS

La más bella ciudad estilo colonial en el Caribe Colombiano

Cartagena fue una de las más importantes plazas militares de la América Española, fue fundada en 1533 por Pedro de Heredia, siendo el principal puerto de la monarquía hispánica en el Caribe, codiciada por los imperios rivales, que sometieron a múltiples ataques de los que pudo defenderse gracias a sus extraordinarias edificaciones situadas en una zona estratégica en la bahía que la hacía imposible de llegar los ataques por mar.

Enmarcada por una hermosa bahía, Cartagena es una de las ciudades más bellas y mejor conservadas de América declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad, por su majestuosa arquitectura colonial, especialmente por sus baterías de los siglos XVII y XVIII



La ciudad histórica conserva sus plazas, calles, estrechas de bellas casonas, iglesias y monasterios que son cuidados con mimo, siendo restaurados gran parte de sus fachadas y contornos. Lo que la ha hecho que fuera declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad. Pasear por sus calles y admirar tanta belleza arquitectónica te hace sentirte en los tiempos de nuestra época colonial y que ha hecho en la actualidad ser el principal centro turístico de Colombia y una de las más importantes ciudades de reuniones e incentivos.

Las emblemáticas e históricas murallas de Cartagena de Indias sirven de marco a uno de los principa-



Playas de Cartagena de Indias, al fondo los edificios de la ciudad moderna

les centros turísticos con playas, hoteles, restaurantes y discotecas; que la hacen tanto de día visitándola detenidamente como en las mágicas noches, uno de los mejores destinos del Caribe.

Cuenta con una amplia infraestructura hotelera, algunas instaladas en distintos conventos como el Sofitel Santa Clara y otros tipo familiar en antiguas casonas del casco turístico, como el hotel La Merced uno de los más bellos y cuidados establecimiento con solo ocho habitaciones. Un moderno Centro de Convenciones y gran número de restaurantes y lugares de diversión.

Durante la visita a la ciudad, se debe visitar el cerro de la Popa, y el Convento, este es una bella arquitec-

tura colonial del siglo XVII que ha sido reconstruido en 1964. El Castillo San Felipe, el Portal de los Dulces o Pórtico de las Damas Negras, bajo la arcada de la Plaza de los coches. Plaza de la Aduana, el Museo de las Fortificaciones, el Museo del Oro, Museo Naval, Iglesia de San Pedro Claver, del siglo XVII,. Casa de la Candelaria, en la actualidad un restaurante, Plaza de Bolívar. La Catedral, el Palacio de la Inquisición, del siglo XVII, en él se encuentra el Museo Colonial y la Academia de Cartagena. Iglesia de Santo Domingo, construida en 1539, es el templo más antiguo de la ciudad. Convento de Santa Clara, actualmente hotel Sofitel. Las Bovedas, de finales del siglo XVIII, que fueron construidas en

uno de los muros de la ciudad para alojar tropas y munición; en la actualidad en cada bóveda hay una tienda de artesanía típica. Museo de Arte Moderno, Centro de Convenciones, Teatro Heredia, una joya bombonera de los que actualmente quedan pocos. Casa de Rafael Nuñez, una de las grandes figuras del siglo XIX colombiano y que fue presidente de la República cuatro veces. Y no dejar de contemplar y admirar la estatua de la india Catalina, escultura de bronce y obra del español Eladio Gil. Esta indígena vino a Cartagena con el fundador Pedro Heredia para hacer las labores de interprete, su historia es muy humana.



La estatua de la India Catalina

Cualquier calle ofrece al visitante una arquitectura sencilla pero espectacular

Teatro Heredia





Otras de las ofertas turística en el poder hacer un paseo al caer la tarde por la Bahía en un Galeón, amenizado con música durante todo el recorrido de la bahía y finalizando en un encantador restaurante el “Club de Pesca”, y poder disfrutar de una espléndida gastronomía del país.

Para los amantes del ecoturismo, cerca de Cartagena de Indias se encuentra el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo, un archipiélago conformado por 27 pequeñas islas, en su mayoría privadas pobladas por manglares y rodeadas de aguas cristalinas, ideales para el baño y el buceo, con arrecifes coralinos que albergan infinidad de peces, crustáceos, moluscos, anémonas y estrellas de mar.

El parque ofrece facilidades para la practica de deportes náuticos Y en la Isla de San Martín de Pajares se puede visitar un acuario y contemplar

El folklore y danza del ayer

Edificio del Reloj



Iglesia de San Pedro Claver





En la visita a la ciudad no dejar de recorrerla en carruaje

el espectáculo habitual que ofrecen los delfines, así como gran cantidad de peces tropicales, también está dedicado a la investigación.

Una de las visitas recomendadas es Isla de Malagua, en las islas del Rosario, en ella se encuentra el hotel San Pedro de Managua. Para llegar desde Cartagena, se realiza el recorrido en lanchas rápidas que te llevan en 45 minutos aproximadamente. La isla posee lagunas internas, bosques húmedos y una frondosa vegetación con gran variedad de fauna y flora.

Como se puede apreciar Cartagena de Indias además de ofrecer al visitantes una encantadora ciudad colonial,

en su alrededores cuenta con la posibilidad de hacer deporte y aventura, con unas amplias opciones en las zonas aledañas a La Heroica, practicar buceo, "windsurf", "lightning" y "shipe" ya que cuentan en todas las islas con vientos que facilitan estas prácticas.

Colombia no es un país caro y se puede visitar con un pequeño presupuesto. Hospedaje en hoteles confortables y comer en restaurantes, se puede hacer desde 20 a 30 dólares diarios, pero deben calcular más ampliamente entre 50 y 70 dólares diarios. (El peso Colombiano (COP) cambia \$ 1 USA = 2340,1 COP ☺)

Textos y Fotos: Antonio Flórez

Como ir

Avianca: Madrid o Barcelona, Bogota y enlace a Cartagena www.avianca.es

Iberia: Madrid-Bogota y enlace con Avianca a Cartagena : www.iberia.com

Air Madrid: Madrid vuelo directo a Cartagena. www.airmadrid.com

Donde dormir

Cartagena tiene gran cantidad de hoteles de diversas categorías como: Las Américas, Santa Teresa, Capilla del Mar, Almirante, Oceanía, Sofitel Santa Clara, Caribe, Hilton, Las Chivas, Intercontinental, Santa Teresa, Almirante Estelar, ...

Donde comer

Existen gran número de restaurantes de diversos precios y todos los hoteles tienen una excelente restauración, recomendando ir a cenar especialmente al Club de Pesca-Manga en Fuerte San Sebastián del Pastelillo,
Tel 660 5863 Fax 660 7981
www.clubdepesca.com

Mas Información:

Oficina de Comercio de Colombia en España

Proesport.- Turismo de Colombia
C/ Claudio Coello, 8 4º izq.

28001 MADRID

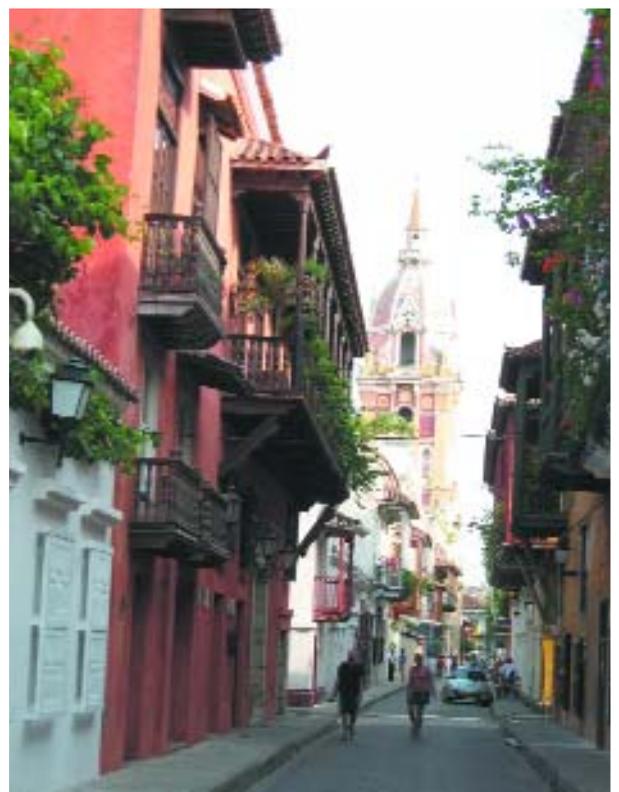
Tel, 91 577 67 08

Fax, 91 577 97 35

www.colombiaespasión.com

Esta es la Cartagena de Indias Colonial

Casa típica



Entrevista con

Miguel Angel Villanueva,

Consejero Delegado
de Economía del
Ayuntamiento de



Durante los siete primeros meses del año, la ciudad de Madrid ha recibido 3,9 millones de turistas que han realizado 7,5 millones de pernoctaciones, volviendo a ser el primer destino turístico de España. En esta entrevista, Miguel Ángel Villanueva, nos expone los principales ejes de actuación en política turística.

-¿Puede facilitar las cifras más recientes relativas al número de turistas que visitan la capital?

Los últimos datos disponibles corresponden al mes de julio, en el que visitaron Madrid **536.027 turistas**. De ellos, el **50,4%** fueron residentes en España y el **49,6%** restantes, residentes en el extranjero. Las **pernoctaciones** alcanzaron la cifra de **1.030.314**, de las que el **44,4%** fueron españoles y el **55,6%**, extranjeros. Con estas cifras Madrid vuelve a ser el destino turístico de España con mayor número de turistas y pernoctaciones. Durante los siete primeros meses del 2006, la Ciudad de Madrid ha recibido **3.909.056 turistas** que han realizado un total de **7.579.429 de pernoctaciones**.

Madrid, primer destino turístico de España

- ¿A qué mercados extranjeros dedican una atención especial?

Este año pretendemos por un lado, **consolidar mercados ya tradicionales** para nuestra ciudad, como los **de la Unión Europea** (Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y Portugal); por otro, **intensificar el crecimiento de los mercados norteamericano**, ya que se ha percibido una ralentización en la llegada de turistas procedentes de este país, principal emisor de turistas hacia nuestra ciudad-, **y japonés**, en continuidad con el Plan Japón, que tras cumplirse el primer aniversario de su puesta en marcha ha logrado recuperar el turismo japonés; y finalmente, **abrir nuevos mercados emergentes** que mejoren nuestros ratios económicos, **como el ruso y el chino**, en los que ya iniciamos actuaciones en el pasado ejercicio.

- Y en el mercado interior, ¿a qué Comunidades Autónomas en concreto?

Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana son nuestras principales regiones emisoras de turistas. En ellas hacemos acciones promocionales especiales, sobre todo de cara al verano, como nuestra participación en la Regata Internacional Trofeo S.M. La

Reina, en Valencia o en los torneos de golf Circuito Premium Nacional 2006 en Cataluña y III Circuito Promotur en Andalucía. Además, participamos en las ferias de turismo más importantes de las tres comunidades: la TCV, en la Comunidad Valenciana; el SITC en Cataluña; y la Feria de Turismo Cultural de Málaga en Andalucía.

- ¿Cuáles son los principales ejes de actuación del Ayuntamiento en política turística?

Son cuatro: posicionar a Madrid como un **referente turístico de primer orden** tanto en el ámbito nacional como el internacional; **abrir nuevos mercados internacionales** que mejoren nuestros ratios económicos; **potenciar los distintos segmentos turísticos** de Madrid con objeto de rentabilizarlos al máximo y **fidelizar al turista** mediante la calidad y la excelencia en el servicio. Para llevar a cabo todas nuestras actuaciones tenemos como premisa el colaborar permanentemente con todos los agentes privados involucrados en el sector turístico a fin de lograr un tejido empresarial fuerte y competitivo.

**El pasado año se creó
la Marca ¡Madrid!
para posicionar a
la capital como un
atractivo destino turístico**

- ¿Apuestan por una estrategia en particular para promocionar más el turismo extranjero?

El año pasado creamos la **Marca Madrid** con el objetivo principal de posicionar a la capital española en el mapa del mundo como un atractivo destino turístico, cultural, deportivo y económico. Para su difusión se ha elaborado un ambicioso plan de comunicación que, más allá de la publicidad directa, abarca numerosas iniciativas, y al que sólo en 2005 se destinaron 14,5 millones de euros. Este plan se desarrollará en tres años con el fin de mantener una presencia continuada de la marca entre los países y ciudades que, en función de los intereses económicos y turísticos a medio y largo plazo, constituyen el público objetivo.

Además, desarrollamos **acciones especiales de promoción** como la creación de productos turísticos comercializados por los grandes touroperadores y mayoristas extranjeros; la organización de press trips para los medios de comunicación más importantes; la Asistencia a ferias internacionales de turismo o la colaboración con el Real Madrid en sus giras por el extranjero. También, con la intensificación de nuestras actuaciones en el mercado internacional y a fin de fidelizar al turista extranjero, estamos reeditando todo nuestro **materi al informativo y promocional en diferentes idiomas** (español, inglés, francés, italiano, alemán, japonés, chino y ruso) y

hemos ampliado a seis idiomas el programa de visitas guiadas por la ciudad Descubre Madrid.

- ¿Y para la captación de congresos, convenciones e incentivos?

El proceso de captación de congresos es lento y laborioso. En líneas generales, para lograr que la Ciudad de Madrid sea sede de congresos, convenciones y viajes de incentivo así como de cualquier otro tipo de evento, la Oficina de Congresos de Madrid asiste a **ferias y salones** profesionales internacionales especializados en turismo de negocios; realiza **presentaciones de la ciudad** en el extranjero (este año en Italia) ante las principales autoridades turísticas del país, organizadores profesionales de congresos, agencias de viajes especializadas, asociaciones, empresas generadoras de reuniones y casas de incentivos; organiza **viajes de familiarización** para agentes de viajes a fin de que conozcan el destino in situ; participa en **talleres de trabajo, asambleas de organismos internacionales del sector turístico y jornadas promocionales** con Turespaña y el Spain Convention Bureau; y además, tras un proceso de investigación y seguimiento de las reuniones internacionales, presenta de forma conjunta con asociaciones la **candidatura de Madrid** para acoger grandes congresos internacionales, organizando las **visitas de inspección** necesarias a las diferentes infraestructuras turísticas de la ciudad para

los comités organizadores. Fruto de esta ardua labor, la Ciudad de Madrid este año acoge importantes congresos como: Euroanaesthesia, el 10º Congreso Internacional de Alzheimer, el 35º Congreso de EDTNA/ERCA, el Congreso Internacional de Matemáticas, o el Congreso Europeo de Hipertensión.

- ¿Qué promociones especiales sean realizado este verano?

Hemos elaborado un completo **Plan de Verano** que contempla numerosas actuaciones. Éstas se han difundido bajo el lema **"Madrid en verano es mucho más"** con cuatro objetivos: incrementar nuestro número de visitantes, sus pernoctaciones, la estancia media y el gasto en nuestra ciudad. Este año hemos apostado, sobre todo, por el diseño de **productos turísticos** especializados puestos en marcha por el sector empresarial de nuestra ciudad (touroperadores, agencias de viajes, hoteles...) a fin de fomentar los diferentes segmentos turísticos que componen la oferta turística de Madrid (cultura, ocio, gastronomía y compras). Los cuatro productos principales son: **Especial Picasso, Talonotel, Madrid Escenario Musical y Shopping VIP Pack Verano.**



Junto a las novedades mencionadas, la ciudad sigue ofreciendo otras actividades turísticas ya consolidadas como es el programa de visitas guiadas **"Descubre Madrid Verano"**. En la edición estival de este año, las visitas se realizan en seis idiomas, con visitas teatralizadas, dos en español - "Leyendas del Viejo Madrid" y "El Madrid del Capitán Alatriste"-, y una tercera en inglés, "El Legado de Madrid". Estas actuaciones se refuerzan con la atención específica que se dispensa a los visitantes en los **Puntos de Información Turística** en las Plaza Mayor, Callao, Cibeles y Felipe II. Durante julio, agosto y septiembre ha estado a disposición de los turistas otro punto de información en el Palacio Real. El Patronato de Turismo promocionará Madrid además como destino turístico en todos aquellos eventos en los que participa este verano, de los que cabe citar la **XVIII Regata Internacional Su Majestad la Reina de Valencia, o los torneos de golf Circuito Premium Nacional 2006 y III Circuito Promotur**.

- ¿Es partidario de la candidatura oficial de los Juegos Olímpicos para Madrid 2016? ¿Por qué?

Para cualquier ciudad acoger un evento de esta envergadura tiene unos resultados muy positivos. Con la candidatura para acoger unas Olimpiadas, Madrid alcanzaría un **mejor posicionamiento** en el mercado turístico, tanto a nivel nacional como internacional. Por otro lado, se beneficiaría de un **cambio de imagen** gracias al nuevo paisaje urbanístico y arquitectónico que ya está exhibiendo desde el año pasado, y que sería aun más profunda si finalmente nos designan como ciudad sede. Asimismo, se **potenciaría la inversión en infraestructuras turísticas**, como el transporte



público, las redes de comunicaciones, los establecimientos de hostelería y el comercio al por menor; y se realizarían inversiones en instalaciones deportivas. Muchas de ellas funcionarían como espacios polivalentes, lo cual beneficiaría mucho al turismo de negocios, ya que Madrid contaría con un número mayor de sedes para la celebración de reuniones y eventos.

Todo esto atraería a un **mayor número de turistas** -y de inversores- a nuestra ciudad. Según un informe que elaboramos para ver el impacto económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012, basado en los resultados experimentados en otras ciudades que organizaron los Juegos, una cifra probable de los turistas atraídos como consecuencia de la organización de los Juegos sería de aproximadamente **1.500.000 personas al año**. El aumento en el número de turistas respecto a los valores habituales se estima que acontece sobre todo en el

año anterior a la celebración de los Juegos, y de forma muy notable en el año de celebración de los mismos y en los cuatro años posteriores.

-¿ Tiene alguna asignatura pendiente?

El punto débil del turismo en Madrid es la estacionalización y la baja estancia media. Desde el Ayuntamiento de Madrid estamos trabajando en ello, organizando programas estacionales para fomentar la oferta turística de la ciudad en una temporada concreta, sobre todo verano y navidades, y de esta forma lograr un número más o menos constante de turistas a lo largo de todo el año. En cuanto a la estancia media, nos estamos esforzando por presentar a nuestros visitantes propuestas atractivas que les invite a permanecer más tiempo en nuestra ciudad. 🌐

José Antonio Fernández Cuesta



Fuerte descenso del gasto por turista

Según el Informe sobre Balance Empresarial del Turismo de Exceltur, el segundo trimestre del 2006 ha confirmado el acelerado crecimiento de la demanda turística, mejorando los niveles de confianza empresarial de todos los subsectores, destacando una generalizada, aunque leve mejoría, de los beneficios, en un contexto de precios contenidos. El indicador de confianza es el más elevado desde que se inició la Encuesta de Clima Turístico Empresarial a principios del 2002. La mayor afluencia extranjera se ha debido a una mejoría de las condiciones macroeconómicas de los principales mercados europeos, al creciente redireccionamiento de clientes desde otros países competidores afectados por inseguridades geopolíticas o de salud y a una mejor y más coordinada gestión de marketing institucional más focalizado, tanto por las diversas administraciones públicas como por algunas empresas. El intenso crecimiento de la demanda extranjera y, particularmente, de la tipología del turista con paquete convencional que incluye el alojamiento reglado, ha favorecido un generalizado aumento en los beneficios de las empresas hoteleras españolas y una leve recuperación en los grandes grupos de agencias de viajes, turoperadores y empresas de transporte. Otros factores explicativos son las ventajas de accesibilidad que sigue introduciendo la multiplicación de conexiones y frecuencias de las compañías aéreas de bajo coste. No obstante, a pesar del aumento del uso de establecimientos reglados por parte de los turistas extranjeros, siguen reduciéndose los ingresos por turismo y el ingreso medio por turista, debido en parte a la continuada caída de la estancia media que se sitúa ahora en 3,9 días cuando en 1999 estaba en 4,8 días.

Por destinos y dentro de un avance generalizado en ventas, destacan los resultados percibidos por los empresarios en Madrid y Baleares. En Canarias, la mejoría de ventas no se ha traducido aún en beneficios. Crece la afluencia de turistas y mejoran las pernoctaciones en destinos urbanos, tanto en las grandes ciudades como en las medianas y pequeñas, así como en el turismo rural y de naturaleza. El turista español sigue teniendo un papel determinante en los resultados del periodo analizado, que incluía la Semana Santa, si bien comienza a observarse una desaceleración gradual en sus niveles de gasto turístico. En cuanto a las expectativas son de mejoría en ventas y beneficios, salvo en el subsector de transporte aéreo. Para el cierre del 2006 se estima un crecimiento del 5,2% en las pernoctaciones hoteleras, un 4,9% más de llegadas de extranjeros, bajando de nuevo el ingreso medio por turista. ●

José Antonio Fernández Cuesta



CANTABRIA

Cerca de 635.000 turistas visitaron Cantabria durante el primer semestre 2006

El Instituto Nacional de Estadística (INE) ha dado a conocer los datos correspondientes al número de viajeros y de pernoctaciones recogidos en el periodo comprendido entre enero y junio de este año.

En lo que se refiere a Cantabria lo viajeros se han

incrementado en un 11,86% con respecto al mismo periodo del año anterior, llegando a los 634.386. Por su parte el número de pernoctaciones también para el mismo periodo de tiempo se ha incrementado en un 8,2%, alcanzando 1.392.000. ●



La Tarragona Card en pleno funcionamiento

Tarragona ya ofrece la tarjeta turística *Tarragona Card*, un nuevo proyecto que ha llevado a cabo el Patronato Municipal de Turismo de la ciudad, con la colaboración de numerosas empresas y entidades de Tarragona y provincia.

Las ventajas que ofrece la *Tarragona Card* son numerosas: entrada gratuita a todos los museos y recintos históricos de la ciudad, transporte urbano, descuento en el transfer desde el aeropuerto, en restaurantes, comercios y parques de ocio. Un total de 133 ofertas a disposición del turista o visitante.

La tarjeta se puede adquirir según las franjas horarias de 24 horas, 48 horas y 72 horas, a los precios respectivos de 10, 15 y 20. Con la compra de la misma el visitante recibe además, tickets de autobús y una guía de información de todos los establecimientos adheridos a la campaña.

Se puede comprar la *Tarragona Card*, en oficinas de turismo, y en los hoteles y cámpings.

Asimismo, la *Tarragona*



Card ofrece la oportunidad de disfrutar gratuitamente de unas visitas turísticas guiadas por la ciudad, organizadas por el Patronato Municipal de Turismo. ●

**SUSCRIBETE
A**



**Y TENDRAS
LA MEJOR
INFORMACION**



Descubre la cultura y tradiciones de las ciudades españolas más emblemáticas



Partner Hotels, cadena que continua con su proceso de expansión, tanto a nivel nacional como internacional, ofrece a sus clientes un elenco de establecimientos distribuidos por varias provincias españolas que además de constituir un destino ideal para el turismo vacacional y de negocios, permitirán a las familias, parejas, empresas y ejecutivos disfrutar de una serie de hoteles urbanos emplazados en Ciudades Patrimonio de la Humanidad y en localidades con un gran legado histórico-artístico, que suponen un punto de partida ideal para iniciar sugerentes rutas de tipo cultural, gastronómico y de ocio.



Partner Hotels, que día a día continúa creciendo dentro y fuera de nuestras fronteras manteniéndose siempre fiel a su filosofía, basada en la certeza de que el huésped es su razón de ser y que su objetivo fundamental es la satisfacción de sus expectativas, ya cuenta con **más de una veintena establecimientos ubicados en lugares estratégicos de la geografía española, Egipto y el Caribe Francés, cuyas instalaciones y servicios se han adecuados, principalmente, a las necesidades de los clientes.**

Una magnífica oferta en la que destacan varios **establecimientos ubicados en localidades tan emblemáticas como Salamanca, Segovia, Avila, Lleida, Madrid, Logroño, Jaén o Alcalá de Henares** (Madrid), donde los amantes de la historia y las tradiciones más arraigadas de cada región encontrarán, además de una **amplia oferta de instalaciones y servicios, un gran abanico de propuestas de ocio** que les permitirá iniciar todo tipo de **rutas de tipo cultural y gastronómico.**

En este sentido, nos encontramos con hoteles como el **Partner Montalvo**, en Salamanca, un **tres estrellas con 57 habitaciones ubicado a escasos minutos de la zona monumental de la ciudad**, que supone un punto de partida ideal para conocer su singular Plaza Mayor, una de las grandes obras del plateresco, el Palacio de Monterrey, la Casa de las Conchas, el conjunto arquitectónico de sus dos catedrales y la fachada de la Universidad, una de las más importantes y antiguas de Europa.

El **Hotel Partner Montalvo**, además, es un destino ideal para disfrutar del



ocio nocturno de Salamanca y de su variada **oferta gastronómica** y, gracias a su privilegiada ubicación, en una de las principales entradas de la urbe, facilita el desplazamiento hasta lugares tan emblemáticos como la ciudad fortificada de **Ledesma**, el **Parque Natural de los Arribes del Duero** o a la **Sierra de Béjar**, además de otros pueblos como **Alba de Tormes, Guijuelo o Ciudad Rodrigo.**

Por otro lado, y también ubicado en una Ciudad catalogada como Patrimonio de la Humanidad, **Alcalá de Henares**, se alza el **Partner Cisneros**, un **tres estrellas de 42 habitaciones** que, dada su **proximidad al recinto histórico-artístico de la localidad**, permitirá a sus huéspedes iniciar apasionantes recorridos visitando sus conventos y monasterios, el Museo Casa Natal de Cervantes y la Plaza del mismo nombre, el Palacio Arzobispal o el Museo Arqueológico Nacional.

Además de este impresionante legado cultural, los huéspedes del **Partner**

Cisneros podrán descubrir el completo panorama de fiestas de la ciudad y practicar senderismo por sus alrededores, visitando la **Cuenca del Henares**, donde los hechos y leyendas históricas se combinan con los restos arqueológicos, arquitectónicos y artísticos de todo tipo.

Ya en Segovia, **Partner Hotels** sorprenderá a sus clientes con el **Hotel Ayala Berganza**, un palacete castellano de finales del siglo XV, declarado Monumento Histórico-Artístico y decorado con un encanto especial, que goza de una situación privilegiada, bajo la sombra de la Iglesia Románica de San Millán, a tan sólo dos minutos andando del Acueducto y muy próximo a la Catedral y el Alcázar.

Un emplazamiento de lujo desde el que también pueden visitarse otras construcciones notables, como la Iglesia de San Juan de los Caballeros, la Iglesia románica de San Esteban y la de San Martín, y que supone un punto de partida ideal para acercarse al **Real**





Sitio de La Granja o Pedraza, con sus restaurantes típicos y paisajes monumentales.

En La Rioja, se emplaza el **Hotel Partner Condes de Haro**, un **tres estrellas de 44 habitaciones** ubicado en Logroño, ciudad que por sus dimensiones invita al paseo y al disfrute pausado de sus enclaves más significativos, como la catedral de Santa María de La Redonda, el Convento de la Merced, la casa de las Ciencias del Ayuntamiento o la característica Calle Portales.

Un establecimiento que por su proximidad al casco antiguo de la ciudad, facilita el **recorrido por sus afamados restaurantes y sus tradicionales zonas**

de tapeo y, para los más curiosos, nada mejor que desplazarse al sur de la provincia donde se ubica el Monasterio de San Millán de la Cogolla, declarado Patrimonio de la Humanidad.

Y ya en Ávila, el **Hotel Partner Santa Ana**, un **moderno alojamiento, de 31 habitaciones** y una ubicación inmejorable, muy próximo a las principales zonas comerciales, de ocio y de negocios. Un punto de partida ideal para pasear por su impresionante Muralla, el símbolo más emblemático de la ciudad, una puerta a un mundo de contrastes donde el bullicio del Mercado choca con el silencio de sus iglesias, monasterios, ermitas y, por supuesto, de su bella catedral.

Y así hasta más de una veintena de establecimientos, incluido el que próximamente abrirá en otra de las ciudades más bellas de España, la monumental y siempre mágica urbe amurallada de Avila, con los que **Partner Hotels** sorprenderá a sus clientes, que además podrán disfrutar del **mejor servicio, las más completas instalaciones y el trato más esmerado**, y en los que encontrarán ese **punto de partida ideal para descubrir el legado histórico y cultural de numerosas ciudades y pueblos de España**. Hoteles creados en exclusiva, por y para el disfrute de los huéspedes que, a partir de ahora podrán conocer todas sus características y realizar sus reservas a través de la **nueva página web de Partner Hotels (www.partner-hotels.com)** o del número gratuito de su **Central de Reservas (900 506 904)**.

Sin duda alguna, nos encontramos ante una Cadena donde la política de la empresa se basa en el **mimo al cliente y la atención personalizada a los huéspedes** de unos establecimientos que garantizarán, por su ubicación, instalaciones y servicios, el éxito de cualquier viaje en cualquier destino. 🍷

Información y Reservas
900 506 904
www.partner-hotels.com

AL CIERRE



¡MADRID!

El Gobierno de Ruiz-Gallardón afronta el reto de promocionar la Ciudad de Madrid en el mundo con una imagen de identidad, de innovación y de modernidad combinada con tradición. Así lo ha declarado el alcalde de Madrid durante la presentación el pasado 6 de septiembre del documental *El Madrid de Alatríste*, realizado para National Geographic Channel.

Ruiz-Gallardón agradeció a National Geographic Channel que "haya reparado en este patrimonio histórico que

El alcalde de Madrid presenta el documental "El Madrid de Alatríste"

Madrid ofrece al Mundo y lo haya convertido en uno de sus trabajos" y destacó su profesionalidad y prestigio en la difusión de la cultura, labor que se ha visto recompensada con el Premio Príncipe de Asturias en la categoría de Comunicación y Humanidades.

Para el alcalde "apostar por Madrid ahora significa ganar en un futuro inmediato" y por eso invita a las empresas y profesionales del sector audiovisual a que "indaguen en las posibilidades de una ciudad que está de moda en el mundo. Madrid no es solo el mejor espacio para rodar una película o documental sino que, también, es el corazón de la industria audiovisual española"

Esto se avala con datos tan significativos como que el 75% de las producciones se realizan en Madrid y el 60% de las productoras cinematográficas están instaladas en la capital de España.

Miguel Angel Villanueva,
consejero de Economía y Turismo
del Ayuntamiento de Madrid



El mexicano es el turista no comunitario que más compra en sus visitas

Los turistas no comunitarios que más compras realizaron en Madrid durante el primer trimestre de 2006 han sido los mexicanos, con un 18,73% del total y un gasto medio durante su estancia de 1.443,03 euros. Les siguen los japoneses, con un 17,35% del total y un gasto medio de 1.880,22 euros, y los estadounidenses, con un

7,88% del total y un gasto medio de 1.551,46 euros.

Son datos facilitados por el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid, que ha colaborado, a través del Patronato de Turismo, en la publicación de la nueva guía de compras Madrid Shopping Guide 2006, de la empresa Global Refund, para promocionar la

Ciudad de Madrid como destino de compras.

Durante el primer cuatrimestre del año 2006, Madrid fue el destino preferido por el 43% de los turistas no comunitarios a la hora de realizar sus compras, frente al 32% de Barcelona o el 10% de Málaga. Esta cifra representa un incremento del 18% respecto al mismo periodo del año anterior.



Alberto Ruiz-Gallardón, alcalde de Madrid,
durante la presentación del documental

Dicho documental de media hora de duración, permitirá abrir la ciudad a más de 230 millones de hogares de 162 países y que van a descubrir una parte de su historia y de su oferta turística.

Ruiz-Gallardón destacó que en el documental se recogen muchas leyendas relacionadas con lugares representativos de la ciudad como la Plaza Mayor, el paseo del Prado o del barrio de Las Letras. El alcalde recordó que el Ayuntamiento está llevando a cabo el Plan de Revitalización

de la Almendra Central en el que se contemplan 113 actuaciones que permiten el uso cultural y social de muchos edificios históricos para que "el centro vuelva a ser espacio vivo".

"MADRID 16"

Candidatura olímpica

La LNFS y Puma colaborarán en la promoción de la marca *¡Madrid!* a fin de contribuir al posicionamiento nacional e internacional de la ciudad. Promoverán a su vez a la capital como destino deportivo de primer orden, especialmente tras la presentación de Madrid como candidata a los Juegos Olímpicos de 2016.

Ruiz-Gallardón hizo hincapié en que la aspiración a organizar los Juegos no es algo ajeno a la promoción de la ciudad, al contrario. "La designación de Madrid no es un fin en sí mismo, sino un paso más hacia esa meta. Nuestra estrategia de internacionalización de Madrid pasa por aumentar el número de visitantes, incrementar la inversión extranjera, elevar el número de ferias y congresos, o incluso de sedes de organismos internacionales".



Turismo de cruceros en el Mediterráneo

En los últimos años, los cruceros han experimentado uno de los mayores índices de crecimiento, consolidándose como un sector relevante dentro de la oferta mundial de ocio, vacaciones y viajes de incentivo. La tasa de aumento desde 1970 se sitúa en el 800% y, actualmente, el ritmo anual alcanza casi el 20%, con unas previsiones de desarrollo espectaculares. Sobre este tema, dentro del curso "Nuevos escenarios para el futuro del turismo en la cuenca del Mediterráneo", organizado por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en su sede de Valencia, intervino como ponente José Antonio Fernández Cuesta, consejero de Maritime Mark, Centro de Marketing Marítimo y colaborador de TAT. Comenzó su exposición con el estudio de la oferta, las claves del crecimiento, tipos de cruceros, segmentación del mercado, la comercialización y la promoción, analizando después las características del producto cruceros como núcleo, itinerario, calidad, precio, instalaciones y servicios a bordo, la marca y la imagen del producto y de la empresa,

para pasar seguidamente a desarrollar la estructura de la demanda, en cuanto al volumen del mercado, peculiaridades del viaje, perfil del crucerista por lo que se refiere a edad, sexo, unidad familiar, nivel económico, motivación y grado de satisfacción. Más adelante dedicó una especial atención a la investigación Dafo del turismo de cruceros de gran interés para planificar después las estrategias de marketing de las navieras. Seguidamente abordó los principales destinos, con referencia concreta a la cuenca del Mediterráneo y a las interrelaciones entre los destinos y las navieras. Subrayó también las grandes oportunidades que representan los cruceros para los puertos de escala y base en España, por el enorme poder de atracción de algunas ciudades del litoral. Tras ocuparse del turismo y desarrollo sostenible en el Mediterráneo, finalizó la ponencia confirmando las tendencias del enorme crecimiento y expansión del sector, lo que garantiza un futuro prometedor y la revalidación del Mediterráneo de nuevo como "Mare Nostrum".

José Antonio Fernández Cuesta durante su intervención



COSTA RICA

LAS LLANURAS DEL NORTE

El 25 % del territorio de Costa Rica pertenece a áreas protegidas como Parques Nacionales, Conservación Biológica, terrestres, marítimas y silvestres, con unas normas estrictas y reglamentos para uso público.

En este reportaje nos vamos a centrar en las Llanuras del Norte, donde se encuentran varios de estos Parques Nacionales.





Aguas termales en Tabacon

Piscina Hotel de Tabacon



Volcán Arenal

Uno de los principales atractivos de estas Llanuras. Su forma de cono casi perfecta, y el espectáculo que ofrece por la noche con sus erupciones de lava rojo vivo, es sin duda la atracción mas significativa para el turista, ya que por el día normalmente se encuentra en parte cubierto por nubes o fumarolas.

En su falda norte se encuentra, la Fortuna de San Carlos, en Alameda, localidad en la que se hayan diversos complejos turísticos, como el Hotel Los Lagos, situado a solo 6 kms. de la carretera del volcán y desde el que se puede disfrutar de una maravillosa

vista de él, tanto durante el día como por la noche.

En esta zona el visitante puede tomar las aguas termales, en Tabacon. Para su disfrute existe un complejo hotelero en el que han canalizado el río San Carlos y ofrece un recorrido del río con pequeñas cascadas donde el visitante puede tomar un baño. Este complejo turístico ofrece un completo servicio de hospedaje, restauración y spa.

Sarapiquí

Está en Heredia. En esta zona predominan el servicio llamado micro y pequeña empresa local y la de practica de integración con el medio ambiente.

Rio Sarapiquí



Es una zona de aventura por excelencia, donde se puede realizar actividades de acroeturismo y turismo de aventura, viajar por las cepas de los árboles, Canopy (Tirolesa), Rafting por los rápidos del Rio Sarapiquí a distintos niveles, jardines de Mariposas, caminatas nocturnas, paseos a caballo y recorrido en bote por el río al atardecer para observación de aves entre otros.

Debemos de indicar que en esta zona de Costa Rica, su turismo es especialmente rural y en ella encontraremos excelentes complejos hoteleros, pero también sencillos albergues ecológicos.

Reserva Biológica la Tirimbina

Una reserva que protege el bosque lluvioso y que para acceder a él cuenta con puentes colgantes, algunos a 20 y 35 metros de altura, cruzando el río y parte del bosque, con extensiones de mas de 200 metros de longitud, lo que hace posible disfrutar de una observación a vista de pájaro para contemplar la flora y fauna de este bosque y que no sería posible admirar de otra forma.

La Tirimbina es famosa a nivel mundial por su labor de investigación de mamíferos, por ejemplo de murciélagos, y es una de las visitas recomendadas por los tour turísticos nocturnos, para la observación de esta especie. También hace un trabajo de educación infantil en especial con las escuelas cercanas a la zona. Asociado a esta reserva está el *Centro Neotrópico Sarapiquí*, creado por la Fundación Landscap, sin ánimo de lucro, de nacionalidad belga, que promueve el patrimonio cultural costarricense con un museo de las culturas vivas indígenas que todavía viven en el país.





Mariposario en el Jardín de Cascadas

La Paz Waterfall Gardens

También llamado Jardín de Cascadas. Esta en un Parque Natural y refugio de animales con cuatro bellísimas cascadas. Este complejo turístico es el que se encarga de su conservación y explotación. Está rodeado de selva virgen y en plena montaña muy cerca del Volcán Poás.

Cuenta con el más grande “mariposario” de Centro América, y se puede visitar para admirar a decenas de ellas y más de 20 especies en vuelo, así como ver los huevos, las larvas y el nacimiento de la mariposa. Tienen también un interesante museo donde se pueden apreciar gran número de mariposas disecadas con su evolución hasta llegar a la vida y un jardín donde admirar muchísimos pájaros.

Es impresionante poder acercarse a las cuatro cascadas y sentir el rugir del agua al caer desde gran altura y sentir la pulverización del agua durante su recorrido; bordeando el río Paz, se llega a través de senderos y escaleras metálicas a las distintas alturas de las cascadas para poder admirar su caída. Estas cataratas se llaman: “El Templo”, “Magia Blanca”, “Encantada” y la mayor y última “La Paz”.

La estructura hotelera de este complejo *Peace Lodge* es espectacular y con una decoración muy atrevida, sus baños son en piedras y con pequeña cascadas, tanto para el agua fría como caliente, los grifos son con la llave de apertura realizados en piedra. El hotel tiene un bonito restaurante y es un autentico “relax” el poder hacer una parada de al menos un día y recorrer todo el jardín.



Catarata La Paz

Puesto de frutas callejero



Donde hospedarse y comer

Hotel Los Lagos, Spa y Resort,
TI (506) 461 18 18
www.hotelloslagos.com

Hotel Restaurante Pura Vida,
en La Fortuna . San Carlos
TI. (506) 479 9495

La Paz Waterfall Garden, Peace Lodge, Refugio y Restaurante, en Heredia
TI (506) 482 2720
Fax (506) 221 2722
www.waterfallgardens.com

Hotel Hacienda Pozo Azul:
TI (506)761 1300
Fax (506) 761 1395

Tabacon, Hot Springs Resort&Spa,
TI (506) 256 1500
Fax (506) 221 3075
www.tabacon.com

Centro Neotrópico Sarapiquí,
TI (506) 761 1418
www.sarapiquis.org

Tirimbina Albergue,
TI (506) 761 1300
www.tirimbina.org

Como ir

La compañía **Iberia** vuela a Costa Rica, vía Guatemala. **TACA**, la compañía de Centro América, cubre los vuelos regulares e internacionales desde San José.

Para mas información

Instituto Costarricense de Turismo
P.O. Box 77-1000 San José,
Costa Rica
info@visitecostarica.com
www.visitecostarica.com

CATA
C/ Rafael Salgado, 9 4º 28036
MADRID, España
TI (34) 91 457 4926
Fax (34) 91 458 0348
info@visitecentroamerica.com

Complejo Hotelero La Paz



Museo de las culturas del Centro Neotrópico Sarapiquí

Parque Nacional Volcán Poás

A 37 kms. al norte de Arajuela, se encuentra el Volcán Poás, con una altura de 2.708 mts. sobre el nivel del mar, es uno de los más espectaculares del país. Para poder admirar su cráter principal, se accede a través de una excelente carretera que nace

a la entrada del Parque y que finaliza en un mirador donde se puede apreciar la profundidad del volcán, aquí se encuentra para la atención de los visitantes, un restaurante, servicios y tienda de "souvenirs".

De los dos cráteres el principal mide 1,5 km. de diámetro y 800 m. de profundidad. En el fondo tiene una laguna circular de agua caliente de unos 350 m. de diámetro y un cono de escorias que se levanta a unos 40 m. sobre la laguna, con fumarolas muy activas. El otro cráter tiene una laguna de agua fría y con un diámetro de 400 m.

Las Llanuras del Norte, es mucho más de lo que hemos reseñado en este reportaje, pero el autor no pudo realizar todo su recorrido debido a que su visita coincidió con un fuerte temporal de lluvias durante bastantes días y el recorrido previsto tuvo que reducirlo. Esperando que en otra ocasión pueda disfrutar con mejor tiempo de todas las bellezas de esta zona del Norte de Costa Rica. Lo que si queda en la retina del autor es lo

maravilloso de este país, su paisaje, (en todo momento verde y agua), su gente encantadora que hacen que sea una delicia el visitarlo. ☺

*Textos y Fotos:
Antonio Flórez*



Paseos a caballo

Volcán Poás





Vista aérea de Artimino

CARMIGNANO

**Siguiendo las huellas de Pontormo y de los Etruscos:
una ruta diversificada por Toscana**



Por: Carmen del Vando Blanco

Tumba Etrusca de Montefortini Comeana



Todo lo que es orgullo de la región Toscana podemos encontrarlo en la provincia de Prato, exactamente en el territorio de Carmignano (nombre mencionado por vez primera en el año 998, cuando el emperador Otón III de Sajonia confirmaba al Obispo de Pistoia la posesión de esta tierra, cercana de las ciudades de Florencia, Prato y Pistoia). Una localidad que despierta gran interés en el turista motivado por sus restos Etruscos, sus Villas renacentistas, el Fuerte medieval que domina aún desde una cima, el Parque-Museo 'Quinto Martini' y además por los óptimos productos enogastronómicos así como por el verdor que adorna sus bosques.

La visita debe iniciarse desde la iglesia de San Miguel en Carmignano, donde se venera una obra maestra del arte, una de las más sugestivas del Manierismo florentino, la "Visitación",



Claustro de San Michele

realizada por el Pontormo. Se trata de una tabla pintada al óleo entre 1528 y 1530, donde dentro de una arquitectura irreal con calles y palacios renacentistas se presenta el encuentro entre María e Isabel.

Carmignano conserva importantes testimonios de la civilización etrusca, desde la tumbas monumentales que se remontan al periodo orientalizante (VII a.C.) -como el túmulo de Montefortini en Comeana, reabierto al público el pasado verano tras una larga restauración, cuyo riquísimo ajuar testimonia la solidez de la aristocracia local capaz de entablar relaciones políticas y económicas a nivel internacional, directa o indirectamente a través de los navegantes griegos o fenicios- o el túmulo dei Boschetti (cuyo jefe de familia tenía el rango de guerrero, según las armas de hierro y la propiedad de un caballo, por lo menos) con objetos de marfil que ostentaban la riqueza de la familia, quizás realizados por artistas norteetrus-

cos formados en la zona meridional, hasta la necrópolis de Prato Rosello de la que procede la pieza más prestigiosa y famosa del territorio de Artimino, el incensario de búquero, o el sitio arqueológico de Pietramarina injertado en un espléndido marco naturalístico.

El Museo Arqueológico de Artimino, creado en 1983 para acoger los numerosos hallazgos arqueológicos del territorio de Carmignano, alojado actualmente en los subterráneos de la magnífica Villa Médicea 'La Ferdinanda' en espera de ser trasladado a las nuevas salas restauradas de Artimino, comprende extraordinarios testimonios descubiertos en las necrópolis etruscas de Prato Rosello y de Comeana así como del túmulo de Montefortini y de la tumba dei Boschetti.

Dos secciones del mismo Museo están dedicadas a los bellos ejemplos de la floreciente producción de cerámica que se desarrolló desde los últimos decenios de 1300 a Bacchereto, aldeí-

ta de Carmignano. Una actividad que dejó su influencia en los centros limítrofes, por medio de la difusión de lozas de especial valor y a través del traslado hacia Florencia y Pisa de hábiles maestranzas locales.

Quien llega a Carmignano no puede dejar de subir al Fuerte Medieval, de los siglos X-XI, citado en los documentos a partir de 1125, de la cual, en los días límpidos, se puede admirar con toda su belleza la vasta llanura entre Florencia, Prato y Pistoia, hecho que hace comprender fácilmente los motivos de la contienda en el Doscientos y el Trescientos, entre florentinos, pistoieses y prateses, conllevando largos asedios y sucesivas destrucciones. Gracias a su posición privilegiada, este baluarte ha constituido durante siglos un control del paso de los ejércitos hacia los Apeninos y hacia la Italia Septentrional.

Cabe recordar que la historia de Carmignano no se basa solo en etruscos, guerras y asedios sino también en frailes, monjes y peregrinos con iglesias que se remontan al período de la alta Edad Media. Entre las numerosos templos románicos que caracterizan el territorio y enriquecen casi todas las fracciones, es ejemplar la abadía de San Giusto, construida por monjes de la orden de Brunone de Cluny, que fue punto de referencia para los numerosos viajeros que se aventuraban por aquellos senderos arriesgados, poblados entonces de fieras y bandoleros, caminantes que perdidos en la temporada invernal, llegaban guiados por una campana, llamada la 'Perdida', que resonaba en el atardecer ofreciéndoles cobijo.

San Leonardo



Nos Ajustamos a su Presupuesto



Restaurante
Boñar de León



Ésta es su casa

*Le ofrecemos calidad,
buen servicio y amistad*

Cruz Verde, 16 y San Bernardo, 40
Teléfonos: 91 531 00 30 y 91 521 26 02
28004 MADRID

Otro monumento fascinante, en el que se reconoce la intervención de maestranzas lombardas activas en Toscana, es la iglesia de San Leonardo de Artimino, erigida hacia el siglo X y ampliada, según la leyenda, por la condesa Matilde de Canossa. Merece también una visita la de San Martino in Campo -que surge en lo que fuera una de las principales conexiones viables de la época- fundada alrededor del siglo XI por los Benedictinos y reconstruída con variaciones estructurales en el curso de épocas sucesivas, cuando pasó de la orden de los Vallombrosanos a la de los Agustinos.

Pero quizás la imagen más conocida de Toscana es la medicea y renacentista de las villas y residencias de campo, de las que Carmignano alardea con la Villa Medicea "La Ferdinanda" en Artimino, llamada también la "Villa de las cien chimeneas" (por la abundancia de éstas en sus tejados), diseñada por el arquitecto Bernardo Buontalenti en el siglo XVI siguiendo el encargo del Gran Duque de Toscana Ferdinando I (de ahí el nombre). El territorio que ocupa esta Villa era, en época etrusca, la parte sagrada del asentamiento dedicado a las viviendas de los sacerdotes, a los templos y a las tumbas. Bajo Cosimo I de' Médicis, se levantó una torre que representaba la primera sede verdadera del coto, terreno de caza cercado por un muro de 32 millas, denominado "Barco Real Mediceo". Junto con la Villa, adyacente, se edificó la "Pajería" (donde se alojaban los pajes) actualmente convertido en un delicioso hotel, además del palacete que ocupa el restaurante "Biagio Pignatta", nombre del instructor de los hijos de Ferdinando I que lo recibió en donación.

Los actuales propietarios han restaurado antiguos edificios de la aldea de Artimino, transformándolos en estupendos apartamentos de alquiler y han convertido la famosa Villa en un centro de congresos y de ceremonias, entre los más importantes de toda la región, dotado de 56 amplias habitaciones.



Villa Medicea La Ferdinanda

Dejando atrás Carmignano, se llega a Seano, donde se despliega un interesante Parque-Museo, uno de los más vastos de Europa dedicado a un solo artista, Quinto Martini, inaugurado en 1988, y que, enmarcado por un ambiente natural, se extiende en una verde llanura surcada por un manantial. Este famoso parque-museo público, diseñado por Ettore Chelazzi, acoge 36 esculturas de bronce, realizadas entre 1931 y 1988 por el maestro Martini que crean un recorrido ideal para recreo del cuerpo y del espíritu.

Además de los signos de la historia y del arte, completan los motivos de atracción para el turista los variados productos típicos naturales como el vino, el aceite, los higos secos y la miel. Y nota curiosa: se debe precisamente a Cosimo III el primer D.O.C. del vino de Carmignano, según un bando de 1716, primer ejemplo en absoluto de normas para una denominación de origen.

Fue otra Médicis, la hija de Cosimo I, la que ordenó construir la Villa de la "Tenuta di Capezzana", propiedad de la familia Contini Bonacossi que, además de dirigir una auténtica casa rural de época, produce vino y aceite de alta calidad, fiel a la tradición y en constante perfeccionamiento.

La localidad de Carmignano, al estar situada cerca de las bellas ciudades de Florencia, Pistoia, Prato y Lucca y de la

costa elitaria de la Versilia, el visitante puede escoger entre las varias casas rurales diseminadas en el territorio, todas ellas excelentes en cuanto a ubicación, estructura, decoración, cocina...y acogida! Cabe indicar la "Fattoria La Serra", poco distante del club de Golf Le Pavoniere, o "Colline di San Biagio" que, gracias a su afortunada posición, permite disfrutar de una estancia relajante en un ambiente exclusivo y confortable en contacto con la naturaleza y al tiempo trasladarse en poco tiempo a las ciudades artísticas que la circundan. Y para los exigentes del paladar, no hay que olvidar el nombre de una cocinera excepcional de la zona, "Delfina", con sus platos típica y rigurosamente artesanales que sirve en su restaurante.

En definitiva, adentrarse en Carmignano significa saborear el buen gusto en todas sus facetas y la calidad de vida que, tradicionalmente, los toscanos defienden con orgullo. ☺

Para más información:

info@carmignanodivino.prato.it
www.carmignanodivino.prato.it

Museo Arqueológico Artimino

Portormo



Eva



Primera cadena hotelera en obtener la "Q" y la "ISO 9001" en todos sus establecimientos

Paradores de Turismo se ha convertido en la primera cadena hotelera que ha obtenido la 'Q' de Calidad y la certificación según la norma internacional UNE EN ISO 9001-2000, en

todos sus establecimientos. Estas dos certificaciones a la empresa, que premian la labor desarrollada por la Red a través de su programa de Calidad 'Excelencia en la gestión', han sido concedidas después de que la compañía se sometiera a una rigurosa auditoría por parte de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).

El compromiso de la dirección de Paradores con el sistema de "Excelencia en la gestión", consiste en las actividades de formación al respecto realizadas en los establecimientos, los exhaustivos controles de seguridad alimentaria realizados por empresas externas de forma



Antoni Costa, recibiendo la certificación "Q" y la "ISO 9001"

periódica, los amplios y completos estudios de percepción realizados entre los clientes, las múltiples posibilidades que ofrecen las herramientas informáticas de la Red para la gestión de reservas o el esfuerzo realizado para incorporar una oferta de restauración para colectivos con necesidades especiales (diabéticos, celíacos, vegetarianos, niños, bebés...), entre otros.

Una de las líneas básicas del Plan Estratégico de

Paradores es la calidad, aplicada a todos los servicios y sectores de la empresa, con el objetivo de ofrecer mejores servicios para todos. Para conseguirlo, en palabras de su presidente consejero-delegado, Antoni Costa, "se ha situado el listón por encima de las exigencias de normas tan prestigiosas y reconocidas como la 'Q' o la UNE EN ISO 9001-2000, lo que garantiza unos estándares de calidad únicos en toda la Red. ●



Antoni Costa, presidente consejero-delegado de Paradores



“TURISMO SOMOS TODOS”

La ciudad de Madrid, superará este año los seis millones de turistas

La ciudad de Madrid, la cuarta metrópoli de Europa más visitada detrás de Londres, París y Roma, va a recibir más de seis millones de turistas en 2006. Las previsiones no pueden ser más alentadoras para un fenómeno global y sociológico que, en palabras del alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón, favorece el desarrollo económico, impulsa el progreso social y es un factor de modernización.

Ruiz-Gallardón presentó la campaña *Turismo somos todos y es tarea de todos* que, por segundo año consecutivo, pone en marcha Exceltur con el respaldo del Ayuntamiento de Madrid, con

motivo del Día Internacional de Turismo.

Gracias al turismo, Madrid -que ha liderado junto con otras urbes españolas el proceso de convertir este sector en un factor de transformación- ha fortalecido su carácter abierto y diverso, del que deriva una oferta amplia y diferenciada.

Los resultados de la Campaña de Verano, promovida por el Ayuntamiento de Madrid para disminuir el efecto estacional, arrojan los siguientes datos: en agosto se alojaron en Madrid 452.540 visitantes, una “marca” que supera a las anteriores de cualquier otro agosto y sitúa el crecimiento



El alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, durante el acto de presentación de la campaña

acumulado en los ocho primeros meses de 2006 en el 6%.

Durante el mes de septiembre Madrid ha recibido un 10,1% más de turistas extranjeros que en el mismo mes de 2005. “Se trata de un

éxito compartido”, manifestó, “posible gracias al constante diálogo con los profesionales del sector, con los que continuamente hemos sumando esfuerzos y coordinado campañas”.

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Madrid agasaja a sus visitantes



Más de 15.000 ramos de flores se repartieron entre los turistas en el aeropuerto de Barajas, en los quioscos de información situados en algunos de los enclaves más representativos de Madrid, y a la entrada de los museos del Prado, Thyssen y Centro

de Arte Reina Sofía. Coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, día 27 de septiembre, la ciudad quiere rendir homenaje y mostrar su reconocimiento a un sector vital para el desarrollo de la ciudad, no sólo económico, sino también social y cultural.

Miguel Angel Villanueva, consejero delegado de Economía y Teresa Caramé, directora general de Turismo del Ayuntamiento de Madrid



Visitas guiadas gratuitas

Los visitantes tuvieron la posibilidad de conocer un poco mejor Madrid a través de las visitas guiadas que organizó el Patronato de Turismo y que durante el día 27 fueron gratuitas.

Así mismo se realizaron las de los ‘Alrededores del Palacio Real a través del tiempo’, ‘Los grandes pintores de la Corte’, ‘Leyendas del viejo Madrid’ y ‘Leyendas y tradiciones madrileñas’.

Los turistas y los madrileños pudieron visitar la carpa instalada en la plaza de

Oriente, en la que se proyectó durante todo el día el vídeo de la ciudad.

El folleto de Exceltur con el título elegido para esta edición ‘Turismo somos todos’ fue repartido en bares, restaurantes y en los puntos de información turística.

Cerca de 400 farolas situadas en el circuito del paseo de la Castellana, de Nuevos Ministerios a plaza de Castilla, estarán decoradas con las banderolas de Exceltur y la marca Madrid, desde el día 26 de septiembre al 23 de octubre.



Estrena su programación a Europa

* Una apuesta por los Grandes Viajes con servicios de alta calidad a los destinos más cercanos

Nobel tours, ha lanzado por primera vez en sus más de 22 años de historia un programa dedicado a Europa, que ha comenzado a operar este verano.

Tras consolidarse como tour operador líder en África, Asia, Oceanía y América, **Nobel tours** ha decidido aprovechar toda su experiencia para diseñar una amplia programación que cubre prácticamente todo el continente europeo. Con más de 80 itinerarios exclusivos, el nuevo catálogo de Europa de **Nobel tours** incluye desde los Países Escandinavos hasta la Europa Mediterránea, con una selección de servicios totalmente excepcional.



En la selección de itinerarios y destinos, se ha procurado ofrecer un amplio panorama cultural y paisajístico, que va desde la lejana Europa del Este (Rusia, Repúblicas Bálticas, Rumanía, Bulgaria, Bielorrusia) hasta la Europa de las islas del Oeste (Reino Unido, Irlanda), pasando por los siempre exóticos países escandinavos (Islandia, Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca), la Europa Central (Francia, Suiza, Chequia, Austria, Hungría, Polonia) y

Antonio y Roberto Peregrin, director general y director gerente de Nobel tours durante la rueda de prensa y presentación de la programación a Europa



Premian los mejores escaparates del verano

La red de agencias de viajes **Gheisa** y el mayorista **Politours** han elegido a los ganadores del I Concurso de Escaparates para las oficinas de esta cadena que cuenta con 85 establecimientos en España, Portugal y Perú. El premio ha correspondido a las oficinas de Playa de Aro, dirigida por Cecilio Blanco y a la de Sevilla, dirigida por Rocío Rivera.

Para decorar sus establecimientos, los agentes de viajes han dado rienda suelta a su imaginación utilizando los materiales promocionales enviados por el proveedor. Cada una de las oficinas de la cadena participantes ha aportado tres fotografías de su escaparate. El jurado, formado por profesionales de **Politours** ha seleccionado a los ganadores. ☺



Ofrece el único directo Madrid-Nairobi operado por una compañía española

Nobel tours, ofrece desde el pasado 4 de Julio de 2006, el único vuelo directo Madrid-Nairobi-Zanzíbar-Madrid operado por una compañía española.

El vuelo, encargado a la compañía española Iberworld, opera del 4 de Julio al 31 de

Octubre, con Airbus 330-200 de cabina ancha. Esta operación especial consigue situar Kenya y Tanzania mucho más cerca, en un cómodo vuelo directo y sin escalas, de apenas 8 horas.

La programación especial de **Nobel tours** para *Kenya* y *Tanzania* incluye varias opciones de safari de 9 días, con la posibilidad de realizar extensiones alas paradisíacas playas de Mombasa, Zanzíbar o incluso las islas Seychelles y Mauricio, con una amplísima oferta hotelera de gran calidad.

Toda la información necesaria se encuentra en un catalogo especial con el título de "Kenya y Tanzania Express", disponible en las agencias de viaje y en www.nobel-tours.com. ☺

sin olvidar las culturas más próximas del Mediterráneo, como Italia o Croacia.

El programa incluye circuitos, estancias en 30 capitales europeas, programas de trenes y cruceros de Lujo (Orient-Express, Royal Scotsman, Hurtigrute), alquiler de veleros en Croacia y programas de Fly and Drive. ☺

Travelplan Novedades desde Noviembre 2006

Travelplan un año más y con el objetivo de poder ofrecer a sus clientes la mayor facilidad y destinos en su ya amplia programación, ofrecerá desde el 1 de noviembre las siguientes novedades en sus programas de América. ☺

Rio de Janeiro

Vuelos directos Madrid-Rio de Janeiro, los lunes, martes, miércoles y viernes en avión LLRR con la compañía Air Europa

Salvador de Bahía

Vuelos directos Madrid-Salvador de Bahía, los martes, jueves, sábados y domingos en avión en LLRR con la compañía Air Europa

Cancún-Riviera Maya

Vuelos directos diarios Madrid-Cancún en avión LLRR con la compañía Air Europa.

Senegal

Vuelo directo Madrid-Senegal, los martes y sábados en avión LLRR con la compañía Air Europa.



Andalucía ANDALUCÍA
te quiere

La tasa de ocupación hotelera creció durante 2005, tras siete años de caída

** El balance turístico del pasado ejercicio rompe la tendencia y refleja un incremento de la demanda por encima de la oferta en los establecimientos*

El año 2005 concluyó con un dato turístico que rompe la tendencia de ejercicios anteriores, ya que, por primera vez en siete años, la tasa de ocupación hotelera arrojó un crecimiento positivo, con un incremento de casi un punto y debido a que las pernoctaciones subieron un 6,4% mientras que la oferta lo hizo en un 5,1%. Concretamente, el año pasado se ofertaron 10.514 plazas más.

Por categorías, fueron los hoteles de cinco y cuatro estrellas los que concentraron mayor número de plazas en la comunidad, con el 48,7% del total de camas disponibles, y los que mejores resultados obtuvieron en el pasado ejercicio, ya que el número de pernoctaciones en estos establecimientos creció un 8,8%, muy por encima de los de 3,2 y una estrella.

En este sentido, la mayor demanda de hoteles de alta categoría se ha visto reflejada en una mayor creación de



plazas, y en ese año se han ofrecido 9.532 nuevas camas en establecimientos de 5 y 4 estrellas, lo que supone en términos relativos crecer un 10%.

Tanto la categoría alta como la media-baja de los hoteles andaluces registraron un grado de ocupación media superior al 50% a lo largo del año, ya que en los de 5 y 4 estrellas fue del 55%, y en los de 3, 2 y 1 estrella se mantuvo en una media del 52%. ☺

La campaña de promoción turística de la Junta y TUI en Alemania reunió a 9.500 personas y a más de 1.000 agencias

Un total de 9.500 ciudadanos han participado de modo directo en la campaña de promoción turística conjunta que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y el tour operador TUI han llevado a cabo entre mayo y junio en 36 ciudades de Alemania.

La campaña ha incluido acciones en 1.070 agencias

de viaje de TUI, inserciones en las principales revistas de interés general, una promoción en internet dentro del portal "tui.com" y actuaciones de marketing directo en centros comerciales y calles.

La campaña, se ha desarrollado bajo el eslogan *¿Qué tipo de turista es usted en España?* ☺

Más de 12 millones de internautas han accedido a la promoción turística on line del destino Andalucía

** El portal www.andalucia.org de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha registrado 310.000 accesos entre los meses que ha durado esta campaña*

zado al 90% de la población internauta española, lo que supone un total de 12,3 millones de usuarios que han realizado más de 310.000 accesos a la web turística www.andalucia.org.

Esta campaña ha tenido como objetivo promocionar la oferta andaluza durante la temporada de verano y convertir www.andalucia.org en el portal de referencia de España. Las entradas registradas en la web se han producido fundamentalmente en los apartados "Dónde Alojarse", "Qué Visitar", "Sol y Playa", "Turismo y Deportes", y mapas y callejeros. Todas estas visitas han generado más de 376.000 páginas vistas en el site. ☺

La campaña de promoción turística on line del destino Andalucía realizada entre los pasados meses de junio y julio por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte en el territorio nacional ha alcan-



El alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón, suscribe convenios con la Liga Nacional de Fútbol Sala y la firma Puma

La marca **¡MADRID!** avanza con el deporte

La marca ¡Madrid! camina con el deporte. Cuatro mil zapatillas deportivas exhibirán la marca creada por el Gobierno municipal para promocionar la imagen de la ciudad a nivel nacional e internacional. Se comercializarán entre diciembre de 2006 y junio de 2007, con

una numeración que va desde el número 34 al 47. Esta iniciativa surge de los convenios de colaboración suscritos por el alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón, la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS) y la empresa PUMA, patrocinadora de la misma. ☺

ARGENTINA

Crecimiento turístico en 2006

A comienzos de este año, una publicación, distinguió a Argentina como uno de los diez países más recomendados para visitar durante 2006, por "su cultura, su comida, sus vinos y sus bellezas naturales".

El crecimiento de la industria turística se ha mantenido en el orden del 12 por ciento. Año tras año se ha incrementado la cantidad de turistas extranjeros que visitan Argentina, con 3.700.000 durante 2005. De acuerdo a las estimaciones de la Secretaría de Turismo Argentina, para 2006 se espera una cifra superior a los 4.100.000 de turistas

extranjeros y un ingreso de divisas que llegaría a los 3.500 millones de dólares.

Aumento del 26,7% de turistas españoles

Los países que emitieron mayor cantidad de turistas a Argentina, durante el año 2005, fueron: Brasil, 304.914; EEUU, 250.942; Chile, 212.566 y España, 162.126. El número de españoles que visitaron la Argentina durante el año 2005 tuvo un incremento del 26,7% con respecto al año anterior. Marzo fue el mes con mayor crecimiento interanual (43,1%).

Noticias desde Italia

El Hotel de los Reyes presenta su Palacete adyacente

El Hassler Roma, prestigioso y famosísimo hotel de la capital italiana que domina desde la colina de la Trinidad de los Montes, el preferido por las familias reales europeas, se enorgullece en presentar "Il Palazzetto", un delicioso edificio del siglo XVI que se asoma a la escalinata de la Plaza de España.

Il Palazzetto además de alojar la sede de la International Wine Academy, donde se celebran semina-

rios, degustaciones, cursos etc. enológicos, cuenta con el Restaurante Aroma alegrado por una encantadora terraza en dos niveles y dispone de 4 apartamentos completos de todos los servicios que crean un ambiente de "Vacaciones Romanas".

Su propietario y director general, Roberto Wirth, sigue ampliando su oferta elegante y refinada desde estos ángulos tan privilegiados.

Carmen del Vando Blanco



El gobierno de Gibraltar da la bienvenida a Fly Gibraltar

El gobierno de Gibraltar quiere dar la bienvenida al lanzamiento de Fly Gibraltar. El establecimiento de una aerolínea con base en Gibraltar está en consonancia con la política de actuación del gobierno gibraltareño, que trata de reforzar los servicios de transporte aéreo hasta La Roca desde destinos regionales en el Reino Unido.

El programa propuesto por Fly Gibraltar permitirá al sector de negocios de Gibraltar realizar viajes de un día a la capital británica, a través de su aeropuerto London

Stansted. Los vuelos a aeropuertos regionales británicos y a las ciudades irlandesas de Dublín y Cork, abrirán nuevos mercados para Gibraltar, y es, sin duda alguna, una inmejorable noticia para la industria turística gibraltareña.

"El gobierno de Gibraltar ha mantenido siempre conversaciones con varias aerolíneas con base en el Reino Unido, con el fin de animarlas a operar entre Gibraltar y destinos regionales del Reino Unido", ha declarado Joe Holliday, primer ministro en funciones de Gibraltar.

Asume la vicepresidencia de ANTOR

Association of National Tourist Office Representatives

La Oficina de Turismo de Gibraltar ha sido designada para asumir la vicepresidencia de ANTOR (Association of National Tourist Office Representatives). Tracey Poggio ha sido la persona elegida para representar a Gibraltar en dicha función.

ANTOR fue fundada en 1952 con el objetivo primordial de ser reconocida como una de las primeras asociaciones defensoras del turis-

mo responsable del Reino Unido y con el fin de tratar el amplio espectro de cuestiones que afectan al mundo de los viajes y del turismo en general.

Tras el relanzamiento de marca que se llevó a cabo el pasado año, la asociación se ha fijado un plazo de un lustro para establecerse como un fuerte engrande comprometido con las cuestiones globales que afectan a la política turística gubernamental.



Henri Cartier-Bresson, "Regalo a Roma - retratos"

Hasta el 30 de octubre se puede visitar la exposición fotográfica "Omaggio a Roma - retrati" del pintor Henri Cartier-Bresson (1908-2004) uno de los más grandes innovadores de la realización de imágenes del siglo veinte, su fotografía y sus retratos han hecho escuela.

Museo di Roma - Palazzo Braschi,
Via di San Pantaleo (Piazza Navona) - Roma

Exposiciones en Roma

China, Nacimiento de un Imperio

En el Palacio de las Escuderas de Roma se inaugura el día 15 de septiembre una exposición dedicada a China "Nasita di un imperio". Se podrán admirar jades, bronces funerarios provenientes de la tumba de Yi de Zing (433 a.C.), vasos en bronce, joyas, lacas y los conocidos soldados en terracota del I Emperador.

Scuderie del Quirinale, Via XXIV Maggio, 16 - Roma

CENTROAMÉRICA

Aumento del número de turistas

Durante el periodo de Enero a Mayo se ha registrado un aumento del número de visitas turísticas a los países que conforman Centroamérica continuando con su constante incremento obtenido en los últimos años.

El Salvador, recibió 517.144 turistas, generando divisas por US 288.8 millones de dólares con un crecimiento de más de un 20% con respecto a datos obtenidos del año anterior.

Guatemala recibió 685.000 turistas, lo que supone un 13% más que en el mismo periodo del año anterior, con un aumento de ingreso de divisas del 16,5% y se espera que al final de año la cifra de llegadas de turistas supere 1.600.000 y más de 900 millones de dólares en divisas.

Panamá también ha recibido una diferencia positiva con respecto a datos del año anterior recibiendo 526.290 turistas superando los 471.271 llegados al país en el mismo periodo del 2005; es decir, un incremento del 11,7%. ☺

EL SALVADOR

Invertirán 2.3 millones de dólares en el Puerto de la Libertad

En los próximos meses *El Puerto de la Libertad* de El Salvador seguirá cambiando su imagen con el inicio de la segunda fase del proyecto turístico en el que se construirán hoteles, restaurantes y varios puestos de artesanía en los alrededores del complejo turístico de La Libertad.

La construcción de esta segunda fase, que se espera que esté finalizada en Marzo del 2007, se invertirá 2.3 millones de dólares.

Este proyecto turístico será

desarrollado en cuatro fases y en sus instalaciones incluirán un mercado de mariscos, un estacionamiento para vehículos y lanchas, y la construcción de las oficinas de la Fuerza Naval entre otras.

Con la edificación de este complejo turístico el Ministerio de Turismo tiene proyectado desarrollar capacitaciones para guías turísticos, certificaciones de calidad y servicios para hoteles y restaurantes para mejorar la calidad en la oferta que se brinda a los visitantes. ☺

Workshop conjunto de Alemania y Austria 2006

La Oficina Nacional Alemana de Turismo y el Turismo Austriaco celebran el *Workshop Alemania & Austria 2006*, en colaboración con NH Hoteles, Lufthansa, Spanair y Austrian Airlines. El workshop tendrá lugar en las ciudades de Bilbao, hotel Ercilla (23.10.06), Madrid, hotel Husa Princesa (24.10.06) y Barcelona, La Fontana de Deixample (26.10.06).

Alrededor de 45 expositores de Alemania y de Austria presentarán sus productos a unos 500 agentes de viajes seleccionados. Con este *workshop*, las oficinas de turismo de Alemania y Austria ofrecen a sus socios alemanes y austriacos la posibilidad de establecer en un breve plazo un contacto directo y personal con los más impor-

tantes turoperadores de la Península Ibérica para el turismo receptivo de Alemania y de Austria.

Regiones y ciudades, cadenas hoteleras, touroperadores, empresas de cruceros, aeropuertos y líneas aéreas presentarán su ofertas. Durante el *workshop* Alemania y Austria presentarán asimismo temas de marketing para el año 2007.

Alemania como destino cultural puntero ya que, a través de "Museos y Exposiciones", el año 2007 se dedica de forma temática al "Arte y la Cultura".

Austria por su parte se presentará concentrando todas sus actividades de promoción y Marketing para 2007 a través de tres valores: **La Austria auténtica, la Austria culta y la Austria intensa.** ☺



Noticias

Araíz de la situación que se vive en el norte de Israel, el Ministerio de Turismo de Israel tiene abierto un servicio de información telefónico para atender las consultas de turistas y profesionales. Funciona las 24

horas, los 7 días de la semana. Se facilita información sobre vuelos, hoteles, tours y otros servicios turísticos.

Está atendido por personal del Ministerio de Turismo, la Asociación Hotelera Israelí, la Asociación de Guías Turísticos, Parques Nacionales y agencias de alquiler de coches.

Teléfono: 03 520 7600,

Si llama desde el extranjero:

00 972 3 520 7600

Fax: 972 3 5207612/5

feliw@tourism.gov.il

En la Oficina de Turismo del Aeropuerto de Ben Gurion puede recabar también información a su llegada a Israel. Abierta las 24 horas.

Más información:

Turismo de Israel - Madrid
C/ Fuencarral, 101 - 5º - 6º,

28004 Madrid

Tel. 91.594.32.11

Fax. 91.594.43.72



Madrid acoge las II Jornadas Gastronómicas Dominicanas

El Hotel Gran Mella Fénix ofreció durante cinco días la posibilidad de degustar los platos típicos de la cocina dominicana

La Oficina de Turismo de la República Dominicana para España & Portugal organizó las II

Jornadas Gastronómicas Dominicanas en el Hotel Gran Meliá Fénix de Madrid entre el 7 y el 11 de julio, con el fin de acercar a España la gastronomía del país caribeño.

Según explicó Aída Rosa Pezzotti, directora de la Oficina de Turismo de la República Dominicana para España & Portugal, "nuestro país ofrece una enorme variedad de atractivos platos donde se mezclan

las influencias tainas, europeas y africanas en una explosión de sabor rica en matices, que esperamos que los españoles puedan apreciar durante el desarrollo de estas jornadas gastronómicas en Madrid".

Durante cinco días, el restaurante Veritas del hotel madrileño ofreció un menú degustación confeccionado por la chef dominicana Margarita Núñez. ☺



Han utilizado el tren 279,6 millones de viajeros, un 5,8% más que en el primer semestre de 2005

Aumenta sus ingresos por tráfico en un 9,9% en el primer semestre de este año

** Del total de billetes vendidos, un 5,5 por ciento se ha vendido a través de Internet en este periodo, lo que representa un crecimiento del 128 por ciento respecto al año precedente*

Los ingresos de Renfe, por venta de tráfico, han ascendido durante el primer semestre de 2006 a 929,58 millones de euros, lo que supone un incremento del 9,9%, 83,95

millones de euros más, respecto al primer semestre de 2005.

Del total de ingresos, los Servicios de Transporte de Cercanías y Media Distancia han ingresado 448,2 millones de euros, un 13 por ciento por encima de los del mismo periodo de 2005, mientras que los ingresos de Alta Velocidad/Larga Distancia han supuesto 326,54 millones, un 9,8 por ciento más que el año precedente.



Un 5,5 por ciento se ha vendido a través de Internet

Del total de ingresos generados por la venta de billetes, un 5,5 por ciento, 19,6 millones de euros, se han producido a través del sistema de venta por Internet, con un total de 525.480 billetes vendidos entre enero y junio.

Cerca de 280 millones de viajeros

Un total de 279,639 millones de viajeros ha utilizado los trenes de los diversos servicios de Renfe entre enero y junio de 2006. En

este año, la empresa ha modificado su organización lo que ha supuesto el cambio de denominación de los servicios que antes se conocían como Regionales, que han pasado a ser de Media Distancia, y los antiguos de AVE y Grandes líneas ahora se engloban bajo la denominación Alta Velocidad/Larga Distancia.

Los servicios de Alta Velocidad/Larga Distancia ha sido utilizados por 8,697 millones de viajeros durante este primer trimestre del año. En el concepto de Alta Velocidad/Larga Distancia se engloban productos como AVE, Altaria, Alvia, Alaris, Euromed, Arco o Trenhotel. ☺



A partir de 4 de septiembre

Completa la implantación de los trenes Alvia en la línea Madrid-Zaragoza-Barcelona

A partir del 4 de septiembre, Renfe completa la renovación de su oferta de transporte en la relación Madrid-Zaragoza-Barcelona, donde inician su servicio comercial dos nuevos trenes S-120, que completarán la implantación del producto Alvia en este corredor en sustitución de los trenes Altaria.

De este modo, la configuración final de la oferta Renfe Alvia en la relación Madrid-Barcelona estará compuesta por seis conexiones diarias por sentido (una directa, sin

paradas intermedias) y otro servicio directo adicional los viernes y domingos. Además, también se incluye en el producto Alvia un servicio diario Barcelona-Zaragoza, y regreso.

Por otra parte, entre Madrid y Barcelona continuará circulando el tren Altaria Triana, un servicio diario establecido por Renfe entre la Ciudad Condal y Cádiz que utiliza en su recorrido tanto el tramo de alta velocidad comprendido entre Madrid y Lleida como la línea Madrid-Sevilla.



Trenes Alvia Madrid-Zaragoza-Barcelona

El pasado 17 de mayo se inició la reestructuración de la oferta de transporte en la relación Barcelona-Zaragoza-Madrid con la implantación del

nuevo producto Alvia, prestado con los nuevos trenes S-120, de rodadura desplazable, con reducción de 15 minutos en los tiempos de viaje. ☺

VII Exposición Internacional del Libro y Revistas de Turismo

Messe Berlin y el Patronato de Turismo de Madrid patrocinaron la VII Exposición del Centro de Documentación Turística en la ITB 2006

Se Celebró en el marco de la institución feria Messe Berlin, la edición número 40 de la **ITB Berlin 2006**. En ella y como viene siendo habitual, también ha sido muy visitada la *78 Exposición Internacional del Libro Turístico y de Revistas de Turismo*, organizada por el Centro de

Documentación Turística que dirige Miguel Montes, con el patrocinio de *Messe Berlin, Patronato de Turismo de Madrid* y la colaboración de Grupo Marva y el Hotel St. Michael-Heim de Berlín.

La Exposición estuvo formada por libros turísticos nacionales e internacionales, libros técnicos, guías, de



David Ruetz, director y Luz Marina Heruday, subdirectora de la ITB Berlin con Miguel Montes, director del Centro de Documentación Turística.

fotografías, gastronomía, etc. así como la totalidad de revistas profesionales, de gran público, de España y Portugal y una mayoría de revistas de otros países. ☺

CITY BREAKS 2006

Un significativo aumento en el turismo europeo del 26 por ciento en la tendencia conocida con el término en inglés "city break" dio origen este verano al primer foro de negocios dirigido a cuerpos de turismo, compradores, proveedores y operadores de este mercado en Helsinki. El éxito del evento radicó en la posibilidad única que tuvieron los visitantes de tener entrevistas programadas hasta con 36 expositores escogidos por ellos mismos. Para su segunda edición que se llevara a cabo del 11 al 13 de Junio del 2007 se acaba de confirmar que Atenas será la sede que acogerá a más de 200 expositores europeos provenientes de 30 países. ☺

EXPOURENSE

Termatalia 2006 analizará el desarrollo del turismo de salud en Latinoamérica y la importancia histórico termal de Europa

La importancia histórico-termal de los países de la Europa central y los proyectos de turismo de salud que se desarrollan en Latinoamérica serán los dos ejes sobre los que girará el *Foro Internacional de Turismo de Termal*, que se celebrará del próximo 27 de octubre en el marco de **Termatalia 2006**. Francia, Hungría, República Checa, Argentina, Uruguay,

Brasil y Perú serán los representantes de ambos continentes, además de la presencia como país invitado de Israel.

La selección de los participantes permitirá establecer unas líneas en torno al desarrollo del termalismo en Europa y Latinoamérica y cómo los países de este último continente tratan de adaptar sus recursos termales a la demanda turística europea. ☺



Llega a su XV edición con el objetivo

de impulsar una oferta turística de calidad, desestacionalizada y respetuosa con el entorno

El **Salón de Turismo, Deportes y Desarrollo Rural, Turisport 2006**, que se celebrará del 19 al 22 de octubre en el recinto Feira Internacional de Galicia, llega a su decimoquinta edición con el objetivo de convertirse en un centro de negocios eficaz para impulsar un sector turístico de calidad con una oferta desestacionalizada, sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Esta edición contará con dos novedades. Se trata de la "Rúa de Turismo Internacional" y el área de *Fiestas Gastronómicas*. ☺

Agenda

<p>EXPOTURAL 2006. 29 Septiembre al 2 de Octubre Pabellón de Cristal de la Casa Campo (Madrid)</p>	<p>EXPOURENSE Feria Internacional de Turismo Termal 27/29 de Octubre 2006. Orense (Galicia)</p>
<p>TRAVEL MARKET Centro America 13/15 de Octubre 2006. Honduras</p>	<p>INTUR X Feria Internacional del Turismo Interior 23/26 Noviembre 2006. Feria de Valladolid (Valladolid)</p>
<p>TURISPORT XV edición Salón de Turismo, Deporte y Desarrollo Rural 19 /22 de Octubre 2006. Feria Internacional de Galicia Silleda (Pontevedra)</p>	<p>EIBTM 2006. 27/29 de Noviembre Fira de Barcelona (Barcelona)</p>
<p>WORKSHOP ALEMANIA AUSTRIA 2006. Bilbao, Madrid, Barcelona 23/26 Octubre 2006. www.alemania.turismo.com</p>	<p>FITUR'07 Feria Internacional de Turismo 31 Enero al 4 Febrero 2006 Ifema (Madrid)</p>

MARTA GARCIA
Nueva directora de
Márketing de Mundicolor



Mundicolor ha incorporado a su staff a **Marta García**, con tan sólo 30 años de edad, como directora de Márketing.

La rápida trayectoria profesional de **Marta García** siempre ha estado ligada al ámbito del Márketing turístico, en diversas vertientes: touroperadores, parques temáticos y agencias de viajes. Su último reto profesional ser adjunta a la Dirección de Márketing en el Grupo Minorista Quo Viajes durante 3 años, después de haber pertenecido a empresas como Unijoven o Parques Reunidos. ☺

ÁNGEL GONZÁLEZ
Nuevo Jefe del Departamento
de Europa de Nobeltours



Nobeltours ha nombrado a **Ángel González** Jefe de Producto Europa. Será el responsable directo de la nueva programación a los destinos europeos que la mayorista lanzó por primera vez este verano.

Ángel González es diplomado en Psicología y desde 1994 ha desarrollado su trayectoria profesional en otras mayoristas españolas (Pana visión, Politours y Dimensiones), especializándose en destinos europeos, bien como Responsable de Contratación o como Jefe de Producto. Desde enero de 2006 se ha incorporado a Nobeltours con el objetivo de desarrollar el primer folleto dedicado a Europa que lanza esta mayorista. ☺

CRISTINA MEXÍA
Nueva Directora General de
Selectta Hotels & Resorts



Diplomada en Empresas y Actividades Turísticas por la Escuela Oficial de Turismo de Madrid y con Estudios de Turismo en el Centro Español de Nuevas Profesiones de Madrid y un Curso Superior en Gerencia y Dirección Hotelera en la Universidad Politécnica de Madrid, **Cristina Mexía** ha sido nombrada nueva Directora General de Selectta Hotels & Resorts.

Cristina Mexía comenzó su andadura dentro del Sector Turístico en 1990 en el Departamento de Recepción y Reservas del Hotel Sidi San Juan de Alicante y, posteriormente, en el Hotel Bayerischer en Munich, Alemania. Como ejecutiva de ventas del Hotel Castellana Intercontinental de Madrid en 1995. En 1999, hasta su incorporación a Selectta Hotels & Resorts, como directora comercial y de marketing en el Kempinski Resort Hotel Estepona, en Málaga. ☺

ALEX CRUZ
Nombrado director
general de clickair



Alejandro Cruz de Llano, ha sido nombrado director general de la nueva Aerolínea *clickair*. Se graduó como ingeniero industrial en la Central Michigan University en Mount Pleasant (Michigan, EE.UU.). Posteriormente obtuvo

un *Master of Science* en la Ohio State University, y cursó estudios de administración y dirección empresarial en la Edwin Cox School of Business de Dallas.

Cruz, tiene 16 años de experiencia en el sector del transporte aéreo. Ha ocupado diversos cargos en American Airlines en Dallas (Texas, EE.UU.) y, posteriormente, en el grupo de distribución, reservas y servicios de viajes Sabre, en Londres. Como consultor, ha liderado proyectos para diversas líneas aéreas como Iberia, British Airways, Cathay Pacific y Jetblue, así como para otras empresas como BAA, operadora de aeropuertos del Reino Unido, el sistema de reservas Amadeus y el portal de viajes "lastminute.com".

Alex Cruz hasta ahora era socio-director de la división de aviación de la consultora Accenture para Europa, Oriente Medio y África. ☺

JUAN JOSÉ MORENO DOMÍNGUEZ
Nuevo Director del hotel
Oasis Isla Cristina



Juan José Moreno Domínguez ha sido nombrado Director del hotel Oasis Isla Cristina, el nuevo hotel vacacional de la Cadena hotelera Oasis Hotels & Resorts, situado en la Costa de Huelva.

Juan José Moreno, es técnico de Empresas y Actividades Turísticas (T.E.A.T) por la Escuela Superior de Turismo de Huelva, ha desarrollado toda su actividad profesional en el sector turístico desde 1995. Habla inglés, alemán y francés.

Con anterioridad a este nuevo nombramiento era director del AC Nuevo Portil Golf, de Cartaya, Huelva.

Juan José Moreno ya había trabajado para la cadena Oasis Hotels & Resorts, ocupando puestos de diferentes responsabilidades en los hoteles Hacienda Benazuza, Grand

Oasis Resorts (Cancún-México) o el Oasis Islantilla, donde fue Jefe de recepción. ☺

**Nombramientos
en Starwood**

ELISA BARRAL
Nueva Directora General del
Hotel The Westin La Quinta
Resort & Spa en Marbella



Elisa Barral ha sido nombrada directora general del hotel The Westin la Quinta Golf & Resort en Marbella.

Elisa Barral, es licenciada por la Universidad Complutense de Madrid y comenzó en la compañía en 1996 y desde entonces ha desempeñado varios puestos en el departamento de finanzas dentro de Starwood. Después de trabajar en el hotel The Westin Palace de Madrid, en Bruselas, y en el Hotel Alfonso XIII de Sevilla, en 2001 fue nombrada Directora Regional de Finanzas para España y Portugal. ☺

JORDI E. TARRIDA
Nuevo director general de
Mardavall Hotel & Spa

Por su parte, **Jordi E. Tarrida** que ha dirigido el Hotel The Westin La Quinta desde el año 2000, pasará a ser el nuevo director general del Mardavall Hotel & Spa y director de Área de Arabella Golf & Spa Resort en Mallorca. Además del Mardavall Hotel & Spa eso incluye el Arabella Sheraton Golf Hotel Son Vida, el Castillo Hotel Son Vida y los campos de golf Son Vida y Son Muntaner y a partir de 2007 Son Quint. ☺

RAÚL PALOMO

Nuevo director de Ventas y Márketing del Hard Rock Hotel en Madrid

Raúl Palomo ha sido nombrado director de Ventas y Márketing del Hard Rock Hotel en Madrid. Licenciado en Turismo y con más de 10 años de experiencia en el Sector, **Raúl** fue nombrado en 2004, corporante travel trade market de NH Hoteles, pasando después a ser director de los hoteles NH en Rumanía. ●

Nuevos Nombramientos en Maison de la France España

Patrick Goyet ha sido nombrado director de la oficina de turismo de Francia, Maison de la France, para España y Portugal.

Doctorado en Derecho y diplomado en Historia del Arte, comenzó su larga trayectoria profesional en la Confederación Pirenaica para trasladarse durante varios años a la isla de la Reunión en calidad de director del Comité de Turismo.

Posteriormente se incorporó a Maison de la France donde ha desempeñado el cargo de director en las representaciones de Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Estados Unidos y Bélgica sucesivamente. ●

Christina Aagesen ha asumido el cargo de directora adjunta de Maison de la France para España y Portugal.

Hasta su nombramiento era responsable del departamento de Turismo de Negocios en la Dirección General en París.

Diplomada en Comercio con un Master en Gestión hotelera y turística, tiene una amplia experiencia en los sectores de las agencias de viajes, los hoteles y las compañías aéreas. ●

Anne-Marie Fabre es la nueva directora regional de la delegación de Maison de la France en Cataluña.

Licenciada en Derecho y diplomada en Empresas y Actividades Turísticas, tras su paso por la Dirección General de París como responsable de varios mercados, ocupó la Dirección Adjunta de la representación de Maison de la France para España y Portugal. ●

HYLKO VERSTEEG

Nuevo Director de Desarrollo para España y Portugal de la Cadena Intercontinental Hotels Group



Hylko Versteeg, ha sido nombrado Director de Desarrollo para España y Portugal de la Cadena Intercontinental Hotels Group. Desde su nuevo puesto, supervisará el desarrollo de todas las marcas del grupo británico: Intercontinental, Crowne Plaza, Holiday Inn y Express by Holiday Inn.

Licenciado por el Instituto Internacional de Gestión Hotelera de Hague (Países Bajos) en Gestión y Administración de hoteles, ha trabajado en Christie +Co, consultora internacional especializada en el sector hotelero, donde desempeñó el cargo de director de la oficina de Madrid.

Hylko Versteeg también ha trabajado en la consultoría y auditoría europea Mazars, y en la cadena hotelera Hyatt.

En el año 99 trabajó en el departamento comercial y de marketing en el hotel Intercontinental Madrid. A lo largo de estos años, ha desarrollado su carrera profesional en Chile, Estados Unidos y España. ●

THOMAS MITTELBACH

Nuevo Director Comercial de Lufthansa para España



Thomas Mittelbach es el nuevo Director Comercial de Lufthansa para España. Sustituye en el cargo a José Luis Rodríguez, que durante más de dos décadas ha estado al frente de la Dirección Comercial de la compañía en Madrid.

Thomas Mittelbach, es arquitecto de profesión. Ingresó en Lufthansa en 1985. Tras formarse en las áreas de ventas, aeropuerto, carga y administración de la línea aérea, se incorporó al departamento de ventas de Lufthansa en Barcelona en 1987. En 1999, es nombrado Delegado de Lufthansa para Cataluña, Aragón, Baleares, Andorra y la Comunidades de Valencia y Murcia, puesto que ha desempeñado hasta la actualidad. ●

LUIS VALVERDE, Nuevo Director Comercial y de Marketing del Puerto Antilla Grand Hotel,



Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, y con un perfecto dominio de varios idiomas como el Inglés, el Francés y el Italiano, **Luis Valverde**, un profesional con más de 25 años de experiencia dentro del sector turístico, gran conocedor de las Agencias de Viajes, Tour Operadores y hoteles, tanto a nivel nacional como internacional,

La andadura de **Luis Valverde** dentro del Sector Turístico se inicia en 1973, año en el que comenzó a trabajar como Guía Turístico en Viajes Meliá. Posteriormente se incorporó a su Área Receptiva. Y en 1986, pasó a ocupar el cargo de Jefe de Ventas de Madrid y Zona Centro en la cadena Hoteles Sol-Meliá. En 1991, desembarca en Hoteles Oasis donde se incorpora como director de Contratación de Tour Operadores posteriormente, ser nombrado director comercial y de Marketing de Europa, hasta

2003. Ese mismo año, y antes de dar el paso definitivo que le condujo a su actual puesto, trabajó para QUO Viajes como Director de Contratación. ●

IGNACIO LÓPEZ GONZÁLEZ, Nuevo Director de Ventas de Partner Hotels



Partner Hotels ha nombrado a **Ignacio López González** nuevo director de Ventas de la Cadena con el compromiso de la Compañía por consolidar su expansión y seguir creciendo, tanto en España, como fuera de sus fronteras.

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, con un Postgrado de Marketing y Ventas y una dilatada trayectoria dentro del Sector Turístico, tal y como lo demuestra su amplia experiencia dentro de grandes grupos hoteleros de nuestro país. Inició su carrera profesional en el Grupo Sol Meliá, como Supervisor del Departamento de Reservas para, más tarde, desempeñar diversas funciones como Coordinador del Departamento de Marketing y Ventas.

Posteriormente, se incorporó como Jefe de Ventas a HotelWorld, En 1993 desembarca en Confortel Hoteles, donde es nombrado Director de Ventas del Área Urbana. En 2004, Ignacio López se incorpora a Hoteles Center como Jefe de Contratación Nacional, donde también establece la política comercial de la Cadena. ●



Oferta de establecimientos hoteleros en España

- * 1.431.592 plazas en 13.506 hoteles y hostales.
- * Cataluña, Andalucía y Baleares tienen el mayor número de alojamientos, Madrid ocupa el 7º lugar

La oferta de establecimientos hoteleros (entre hoteles y hostales) en España asciende a 13.506, con un total de 1.431.592 plazas, según los datos recogidos en el banco de datos del Instituto de Turismo de España (Turespaña), en la "Guía Oficial de Hoteles 2006".

En la distribución geográfica ocupan las primeras posiciones las Comunidades de Cataluña con 2.028, de los que 1.387 son hoteles y 641 hostales. Le siguen Andalucía con 1.951 (1.414 hoteles y 537 hostales), Baleares 1.313 (927 hoteles y 386 hostales), Galicia con 1.309 (679 hoteles y 630 hostales) y Castilla y León con 1.195 (465 hoteles y 730 hos-

tales). En 6º lugar se encuentra Valencia, con 816 hoteles y Hostales y Madrid con 810 (datos a finales 2005).

Entre el conjunto de hoteles y hostales, la Comuni-

dad con mayor número de plazas de alojamiento es Baleares (309.812), seguida de Cataluña (250.066), Andalucía (225.418) y Canarias (152.937). ☺

OFERTA HOTELERA

Categoría	Número	Plazas
Hoteles		
5 estrellas	176	59.456
4 estrellas	1.560	455.762
3 estrellas	2.799	530.929
2 estrellas	2.230	150.835
1 estrella	1.580	70.635
Total	8.345	1.037.617
Hostales y pensiones		
3 estrellas	155	14.356
2 estrellas	3.058	93.589
1 estrella	1.599	46.751
Sin estrellas	349	9.279
Total	5.161	163.975
TOTALES	13.506	1.431.592

EFAPCO Aceptada en la Organización Mundial de Turismo

La Federación Europea de Asociaciones de Empresas Organizadoras de Congresos, EFAPCO, ha sido aceptada como miembro del Consejo de Miembros Afiliados de la Organización Mundial de Turismo, OMT.

EFAPCO es la única Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos miembro de la OMT.

La OMT estará presente en el II Congreso Anual y Asamblea General de EFAPCO, que tendrá lugar en Atenas el próximo mes de diciembre, desarrollando una ponencia sobre la evolución del Turismo de Negocios y Reuniones en el mundo. ☺

INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP

Apuesta por su marca Express by Holiday Inn

* La marca tendrá una fuerte expansión en el mercado hotelero español durante los próximos dos años

La cadena británica **Intercontinental** realizará durante los próximos meses una importante campaña de publicidad en distintos medios de comunicación sobre la marca *Express by Holiday Inn* con motivo de su fuerte expansión por diferentes puntos estratégicos de la geografía española en los próximos 2007 y 2008.

Express by Holiday Inn forma parte del segmento más económico del grupo **Intercontinental Hotels Group** siendo actualmente, una de las marcas hoteleras de su sector con mayor crecimiento en el continente europeo.

Actualmente hay 13 hoteles *Express By Holiday Inn* en nuestro país situados en: Alicante, Barcelona (Molins de

Rei, Montmeló), Madrid (Alcobendas, Alcorcón, Rivas Vaciamadrid, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos) Pamplona, Valencia (Bonaire, Ciudad de las Ciencias, San Luis) y Zaragoza.

En el caso del mercado portugués, también se quiere ampliar la presencia de estos hoteles por diferentes puntos del país vecino. ☺

Próximas aperturas

Madrid: Express by Holiday Inn Madrid-Aeropuerto, Express by Holiday Inn Madrid-Leganés y Express by Holiday Inn Madrid-Getafe

Cataluña: Express by Holiday Inn Girona, Express by Holiday Inn Barcelona-Sant Cugat y Express by Holiday Inn Barcelona 22@

Andalucía: Express by Holiday Inn Málaga-Aeropuerto

****Portugal:** Express by Holiday Inn Porto Exponor

LA VILLA DEL DUQUE Abre sus puertas al público

* *El primer establecimiento de Jerez situado en el interior de una bodega en activo donde privacidad, exclusividad y singularidad son sus señas de identidad*

Villa del Duque, un sorprendente alojamiento enclavado en el interior del recinto que ocupa Bodegas Valdivia, un singular espacio de 20.000 m² donde se elaboran algunos de los mejores caldos de Jerez, abre sus puertas al público con el objetivo de convertirse en un referente turístico de la provincia de Cádiz.

Es un concepto de hostelería diferente, especialmente diseñado para disfrutar de unos días de relax dispo-

niendo de la máxima privacidad y el servicio más exclusivo, así como para desarrollar cualquier tipo de evento social o de empresa, ofreciendo la posibilidad de alquilar la Villa en su totalidad o hacer uso de forma independiente de sus espacios comunes o los de la Bodega.

Villa del Duque dispone de 10 acogedoras habitaciones que han sido restauradas respetando el estilo de la antigua casa solariega. ☺

www.villadelduque.com

NH Hoteles Inaugura su segundo hotel en el centro histórico de Salamanca

* *Situado justo frente a la Catedral salmantina, en el centro neurálgico del casco antiguo de la ciudad*

NH Hoteles ha inaugurado el segundo hotel de la cadena en Salamanca, el **NH Puerta de la Catedral**. El nuevo establecimiento, en régimen de arrendamiento, cuenta con un restaurante a la carta "Casa de la Pizarra" basado en la cocina internacional pero sin olvidar las especialidades regionales.

El hotel, de 4 estrellas, dispone de 37 habitaciones repartidas entre habitaciones de categoría superior, comunicadas y adaptadas para minusválidos. Todas las habitaciones disponen de todos los servicios característicos de **NH Hoteles** como "Wi-Fi", televisiones LCD, almohadas a la carta o kit de baño "Agua de la Tierra". ☺

THE WESTIN PALACE El hotel The Westin Palace cedió sus fogones a Jordi Esteve

* *Del 13 al 17 de junio, Jordi Esteve, reconocido restaurador barcelonés, ofreció una cocina de autor muy mediterránea*

Durante la semana del 13 al 17 de Junio, todas las noches, el reconocido restaurador, Jordi Esteve se trasladó al **Hotel Westin Palace** para mostrar su cocina.

A pesar de su juventud, Jordi cuenta ya con una dilatada trayectoria profesional; ha recorrido numerosos países como asesor gastronómico de la compañía de cruceros "Silver Sea", ha trabajado con Joachim Koerper en el Girasol (2 estrellas Michelin). También ha colaborado con otros restauradores de prestigio como Martín Berasategui, Koldo Royo o L'Ambroise.

En estos momentos se encuentra embarcado en su propio proyecto en la población de Vic muy cerca de Barcelona, el restaurante se llama *L'Auca d'en Jordi*.

La cocina de Jordi se caracteriza principalmente por utilizar la gran variedad de productos mediterráneos y aportar su creatividad y criterio.

En el **hotel Westin Palace**, Jordi sorprendió con platos como: "Terrina de Gamba con Tomate, Queso Fresco,



Canelón de Berenjena con polvo de Chorizo Ibérico", "Capuchino de Curry con Limón y Cigalas", "Lubina Crujiente Alcachofas y salsa Beurre Blanc y Caviar", "Sorbete de Naranja con Campari", "Solomillo de Ternera Lecha pochado en Aceite de Oliva, verduritas y Pesto", "Sinfonía Cipiriña". Acompañados de excelentes vinos que hacían un perfecto madridaje. Su precio 65 € ☺



High Tech Hoteles Del Peine (La Posada) al Portátil (High Tech)

La cadena hotelera **High Tech** redescubrió hace un año la pequeña joya situada en la calle Postas de Madrid. La Posada más antigua de España ha renacido como hotel de cuatro estrellas plus.

La marca se debe a que, en sus inicios alrededor de 1610,

entre los modernos servicios de las habitaciones se ofrecía el de un *peine atado a una cuerda* para que ningún cliente lo ufanas.

Tras la inversión de 5 millones de euros, la cadena **High Tech** han reconstruido el hotel en un petit palace. Las habitaciones de la renovada *Posada*

del Peine cuentan con tecnología de vanguardia: pantallas planas, portátiles, acceso Wi-Fi gratuito en todas las instalaciones, bicicletas estáticas etc. Los baños vienen equipados con ducha hidromasaje, algunas con sauna, rayos UVA.

La *Posada del Peine*, con una ubicación privilegiada se encuentra a escasos metros de uno de los arcos de acceso a la Plaza Mayor. ☺



FLORIDITA

El Bar-Restaurante más famoso de La Habana llega a España

- * *Sol Meliá y Havana Holdings, se han asociado para hacer realidad el proyecto*
- * *Floridita está ya presente en Londres, donde ha sido considerado "Mejor Cóctel-Bar de 2005" y en Moscú con gran éxito*

La dulzura del son cubano, el aroma de sus cigarros puros, su maestría coctelera y la gastronomía tradicional de la isla, reelaborada y actualizada, embriagarán los sentidos de los madrileños desde este otoño. Así lo anunciaron el pasado 13 de julio los responsables de la firma **Floridita** en un evento en el que presentaron el que será el primer establecimiento que la casa establezca en España.

La llegada de **Floridita** a nuestro país se produce de la mano de un acuerdo entre Sol Meliá y Havana Holdings, una corporación británica respaldada por dos grupos líderes en restauración: Boisdale (res-



taurantes y algunos de los principales clubes de Jazz de Londres) y Conran (grupo que



posee restaurantes por todo el mundo). **Floridita Madrid** será el primer proyecto de arquitectura en Madrid.

Floridita va a contar con música en directo, en vivo cada noche. Los grupos cubanos amenizarán el local, con jazz, bolero y los más nuevos sonidos de Hip Hop.

A través de La Casa del Habano, el **Floridita** acoge la más fina selección de cigarros puros de las marcas más prestigiosas de Habanos, elaborados en Cuba manualmente por los más expertos torcedores.

La coctelería y la gastron-

mía de **Floridita** deleitará a su público con la más alta cocina cubana, fiel a sus orígenes pero con un toque renovado acorde a los paladares cosmopolitas europeos.

Este emblemático establecimiento, nacido en La Habana de los años 20, cuenta ya con tres locales en diferentes ciudades del planeta. A los establecimientos de La Habana, Londres y Moscú se le suma ahora Madrid, el primer paso de un proceso de expansión por territorio nacional. ☺

STARWOOD
 HOTELS & RESORTS WORLDWIDE, INC.

Westin Hotels & Resorts, de la cadena **Starwood** inaugura en septiembre el exclusivo hotel Cinco Estrellas Gran Lujo, **The Westin Valencia**, que contará en el centro de Valencia con 135

Abre un hotel de Cinco Estrellas, Gran Lujo, en el centro de Valencia

amplias habitaciones, una suite real de 178 metros cuadrados, 1.850 metros de patio ajardinado y un Spa equipado con aparatos de última generación. Por una gestión de 15 años a través de *Westin*.

Las 135 habitaciones de

"**The Westin Valencia**" son muy amplias y oscilará entre los 35 m² de la más pequeña a los 87 m² de la mayor, con una suite real de 178 m². Dispone de cinco salas de reuniones equipadas con todas las comodidades y tecnología de vanguardia, así como con un salón de banquetes con capacidad para 360 personas.

Con un patio ajardinado central de 1.850 metros cua-



drados, disponible para cocktails, coffee breaks y todo tipo de eventos.. El hotel ofrece dos restaurantes dirigidos por chefs de primera categoría y dos bares con capacidad para 60 personas. ☺





Los hoteleros independientes de los dos países consideran prioritario integrarse en una Marca internacional para sobrevivir

Consolida su expansión en Francia e Italia

** La tendencia del mercado español es seguir los pasos de sus vecinos del Sur de Europa*

Francia e Italia son dos de los mercados internacionales donde **Best Western** está creciendo más deprisa. Cuenta con 220 y 151 hoteles respectivamente en cada uno de dichos países. La razón de esta importante expansión es que los hoteleros independientes franceses e italianos encuentran en **Best Western** la mayor rentabilidad y la mejor fórmula para sobrevivir en un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

Los hoteleros independientes del Sur de Europa tradicionalmente han sido más reacios a pertenecer a grandes Marcas hoteleras internacionales que los anglosajones y los europeos del norte. Esta circunstancia está cambiando muy deprisa, fundamentalmente en Francia e Italia y también comienza a llegar a España, según el resultado de las estrategias de expansión en los mercados del Sur de Europa.

La razón es que pertenecer a una Marca internacio-

nal es la mejor manera de poder competir en un mercado cada vez más amplio, profesionalizado y tecnológicamente avanzado.

Los hoteleros independientes franceses quieren sobre todo su total independencia en la gestión

Best Western dispone en Francia de 220 hoteles que cubren ampliamente los segmentos vacacionales y de negocio. De hecho, es la primera marca hotelera en Francia por número de establecimientos. Las ciudades donde la Cadena cuenta con mayor presencia son París con 71 hoteles, Niza y Lyon con 6, Estrasburgo, Marsella, Cannes y Aviñon con 3 establecimientos cada una.

Los italianos apuestan por unirse para ser más fuertes

En Italia, la Marca **Best Western** cuenta con 151 hoteles, siendo la primera Cadena Hotelera del país.

Los destinos, tanto vacacionales como de negocios, en donde tiene una mayor presencia son en Roma y Milán con 11 hoteles cada uno, en Turín y Venecia con 9 establecimientos, así como en Bari, Bolonia, Florencia, Nápoles, Siena y Verona con 4 hoteles cada uno.

La razón del éxito de **Best Western** es que sus hoteleros independientes están absolutamente convencidos de que "la unión hace la fuerza" y de que este principio es esencial para triunfar.

La tendencia de los hoteleros independientes españoles en los últimos tiempos es similar a la de estos dos países vecinos. Consideran ideal su integración en una gran marca internacional de reconocido prestigio, que aporta a sus establecimientos sistemas refrendados de calidad y un importante y rentable tráfico de clientes. Sin perder en ningún momento la total independencia y autonomía en la gestión de sus empresas. ☺

THE RESIDENCE MAURITIUS

SPA para niños en el Océano Índico

Los psicólogos infantiles coinciden en señalar que el contacto físico y la ternura desde la edad más prematura son absolutamente vitales para el proceso de crecimiento y auto-conocimiento de los niños. La reconfortante sensación de ser cuidado y mimado no conoce edad límite. El Hotel **The Residence Mauritius** toma las necesidades de sus clientes más pequeños muy en serio.

SPA para niños-masajes y tratamientos faciales

Para completar su oferta dirigida específicamente a los niños que a su vez contribuye a que sus padres puedan disfrutar más de sus vacaciones y relajarse, **The Residence Mauritius** incorpora a su abanico de servicios, en el aclamado SPA "The Sanctuary", dos tratamientos especiales para niños: El Masaje corporal de 30 minutos para niños entre 3 y 12 años (39 €) y el tratamiento aromático facial de 40 minutos (42 €) y pensado para niños y adolescentes entre 10 y 15 años. ☺

EL MEJOR MARCO PARA UN EVENTO ESPECIAL

RESTAURANTE



BALCON DE LAS NACIONES

Ribera del Loira, 46 - Edificio II - Tel. 91 721 00 18 - Fax 91 721 00 22

RESTAURANTE



Goya



Campo de las Naciones - Paseo Doce Estrellas - Edificio Goya
Tel. 91 721 06 00- 91 721 02 52 - Fax. 91 721 06 77