

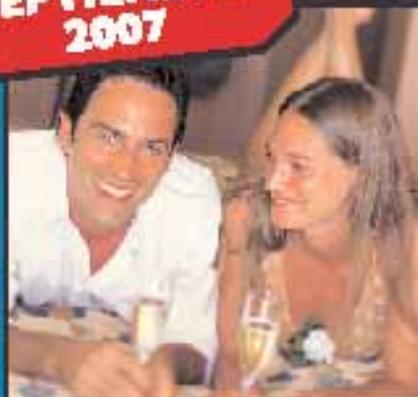
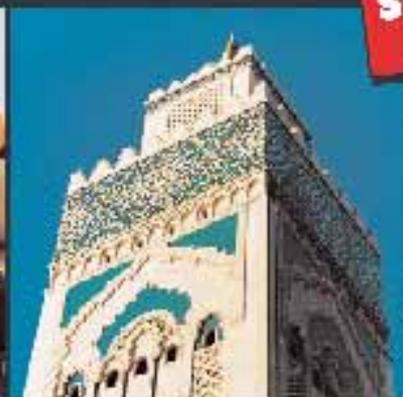
# TAT

AIR TRANSPORT

**TRANSPORTE AÉREO**  
& **TURISMO**  
www.tatrevista.com

Es el momento  
de ofrecer nuevas  
emociones.

**A PARTIR DE  
SEPTIEMBRE  
2007**



El barco MSC Lirica recorre las azules aguas del Mediterráneo, partiendo desde Valencia o Málaga. Tínger mostrará su lado más bello y misterioso, mientras que Roma, la Ciudad Eterna, espera inalterable en el tiempo con su atractiva historia y cultura. Así como Génova transmitirá orgullosa su tradición marinera, Marsella sumará momentos inolvidables a ocho días de ensueño. Un crucero único que transmite todo el estilo italiano de MSC Cruceros.



## MSC LIRICA | Cruceros de 8 días y 7 noches

Salidas todos los lunes desde el puerto de Valencia.  
Salidas todos los miércoles desde el puerto de Málaga.

MARUECOS - ITALIA - FRANCIA

Información y Reservas

**Móvil** **91 3821881** **Reservas** **93 3418181**  
www.msccruceos.com

## PremiaPrima

LOS PRIMEROS SIEMPRE GANAN.

**Exclusividad** - un día más de libertad. Los planes de fidelización ofrecen un nivel más privilegiado de atención con más beneficios que cualquier otro programa de lealtad.

**¡LOS NIÑOS VIAJAN GRATIS DURANTE TODO EL AÑO!**

Valida con **PremiaPrima** los años ímpares. El efecto de cumplir sigue aplicando al crucero, independientemente de cuántos días se utilicen durante todo el año y en todos los buques.



**MSC Cruceros**

www.msccruceos.es

# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

(por Alberto RUMSCHISKY)

**E**sta época, oscuramente marcada por las amenazas terroristas, lleva a los encargados de proteger nuestra seguridad a ir perfeccionando y sofisticando el equipo técnico que permita reducir los riesgos. La tecnología de los aparatos empleados hasta ahora (rayos X para los equipajes y detector de metales para los pasajeros) data de hace medio siglo y, por ejemplo, no puede detectar explosivos líquidos o de plástico. Los atentados más recientes, y en especial el abortado el verano último en Londres, en el que se intentaba emplear explosivos líquidos en los vuelos con destino a Estados Unidos, han forzado a aumentar los procedimientos manuales, como el cacheo directo de los pasajeros, con lo que se han producido muchos de casos de protesta por molestias y/o supuestos abusos.

**H**asta ahora habían fracasado los intentos de implantar nuevas tecnologías, como unas máquinas que se ensayaron el año pasado en los Estados Unidos, llamadas “puffer”, y que insuflaban literalmente aire a los viajeros, en búsqueda de trazas diminutas de explosivos. Se instalaron 94 de estas máquinas en 37 aeropuertos, pero luego los funcionarios federales suspendieron su uso, porque las “puffers” se averiaban con mucha frecuencia. Tampoco dieron resultados satisfactorios otros aparatos como las máquinas de ondas milimétricas, que empleaban ondas de radio para escanear a las personas, en lugar de los rayos X.

**A** finales de febrero último, en el Sky Harbor International Airport de Arizona se ha puesto en funcionamiento un escáner de rayos X que puede ver a través de

toda la vestimenta de los pasajeros y detecta armas de fuego, bombas o explosivos líquidos. Los agentes de seguridad que trabajan con este aparato lo hacen dentro de una cabina cerrada, ocultos a la vista del público. Allí se proyecta la imagen de alta resolución producida por la tecnología llamada “backscatter”, que puede ser incluso difuminada en determinadas áreas, sin perder su efectividad para detectar armas escondidas u otras amenazas. La proyección sólo la puede ver un agente, que no debe ser el mismo que ha dispuesto que el pasajero sea sometido al escáner de rayos X. Las imágenes no pueden ser almacenadas ni transmitidas, y se borran para siempre una vez que ha terminado la inspección.

**E**l nuevo escáner, que cuesta unos 75.000 euros, está siendo probado en un solo control del aeropuerto, en el que U.S. Airways y Southwest son las aerolíneas con mayor número de vuelos. Si todo sale bien, se espera instalarlo a finales de año en los aeropuertos internacionales de Nueva York y Los Angeles. El examen es voluntario para los pasajeros, que pueden rechazarlo y optar por ser cacheados. El primero en aceptarlo fue un hombre de 64 años, quien dijo que tenía implantes de titanio en los dos hombros y una rodilla, lo que disparó las alarmas del detector de metales. Este hombre, que iba de Arizona a Florida, se mostró satisfecho con el procedimiento. En cambio otros viajeros, como una joven consultora de salud mental, consideraron que la “backscatter” es una “desnudadora virtual” que viola los derechos de los pasajeros, y que prefieren someterse al cacheo. Las mismas objeciones han hecho los abogados de la Unión

Norteamericana por las Libertades Civiles, que han pedido ya al Congreso que prohíba estas máquinas.

**E**ste nuevo escáner envía al pasajero unos rayos X “de baja energía” que, una vez que rebota de la piel, se procesa por un programa informático que destaca los metales o los elementos como el nitrógeno que se encuentran en los explosivos o en las armas. Aunque, según el New York Times, los rayos X emitidos por la máquina “no son lo bastante fuertes para penetrar mucho bajo la piel, de modo que no pueden encontrar armas que estén escondidas en las cavidades del cuerpo”.

**L**as aclaraciones no han evitado una previsible polémica sobre si esta máquina puede representar un problema para la salud. Los científicos de la empresa fabricante (American Science and Engineering Inc., de Massachusetts), aseguran que la radiación generada durante un examen equivale a la que puede recibir un viajero que vuela durante dos minutos a 10.000 metros de altitud (en términos técnicos, menos de 10 microRem). Y alegan que el escáner se está usando ya en algunas prisiones, en la aduana de los Estados Unidos y en el aeropuerto londinense de Heathrow. Pero un oncólogo de la Universidad de Columbia, el profesor de radiación David J. Brenner, dice que, aunque el riesgo sea muy pequeño, lo mejor es evitarlo, especialmente las mujeres embarazadas y los niños. Brenner señala que “seguramente hay otras tecnologías que pueden hacer el mismo trabajo sin radiaciones extras”. Me temo que, por ahora, habrá que seguir resignándose a los cacheos. ●



**Iberia**  
*Obtiene beneficios de explotación de 122 millones en 2006* **6**

**Spanair**  
*Se consolida como líder en el sector empresas* **16**

**Entrevistas**

**Teresa Caramé, directora general de Turismo del Ayuntamiento de Madrid** **22**

**Reportajes**  
**Fuerteventura: La Isla Tranquila** **20**

**Güímar: Uno de los lugares más atractivos de la Isla de Tenerife** **28**

**Madrid: Una ciudad volcada con el Turismo** **29**

**Paradores: Habitaciones únicas, la esencia de Paradores** **64**

**Sublime vino Gallego:** **72**

**Directorio de Compañías Aéreas** **37**

**Fitur'07** **56**

**ITB Berlín'07** **71**

**TurisEm** **84**  
*Turismo de Empresa, Congresos, Convenciones y Hoteles*



MARZO/ABRIL 2007



**MSC presenta sus nuevos programas con el lema: "Es el momento de ofrecer nuevas emociones"**

**PRESIDENTE - EDITOR**  
Antonio Flórez

**DIRECTORA**  
M<sup>a</sup>. Fernanda Fernández

**COLABORADORES**  
J. Antonio Fdez. Cuesta  
Alberto Rumschisky  
Javier Pérez-Portabella - Mafer  
Mateo Bleso - Mario F. Sempere  
Javier Franco - José Luis Pecker  
Miguel Montes - Francisco Rivero

**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 - 1<sup>o</sup> A - 28028 Madrid (España)  
Teléf: 91 725 64 54 - Fax 91 361 07 01  
E-mail: tatrevista@tatrevista.com

Dirección Postal:  
Apartado de Correos: 14.027  
28080 Madrid

**PUBLICIDAD MADRID**

**Mafer**  
Francisco Silvela, 76 3<sup>o</sup> 3A - 28028 Madrid  
Teléf: 91 726 19 82  
E-mail: mafer@tatrevista.com

**PUBLICIDAD CANARIAS**

**Diana Publicidad**  
Puerta Canseco, 47 - 1<sup>o</sup> - 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](http://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 ...*



## Obtiene unos beneficios de explotación de 122 millones de euros en 2006, un 4,7 por ciento más que en 2005

El presidente de Iberia Fernando Conte en rueda de prensa informó que Iberia había cerrado el ejercicio 2006 con unos beneficios de explotación (excluyen ingresos y gastos no recurrentes) de 122 millones de euros, un 4,7 por ciento más que en 2005. Si se excluyen en ambos ejercicios los efectos de la aplicación de las normas internacionales de contabilidad (NIC 39), el resultado operativo de la compañía en 2006 superó en un 67,7 por ciento al de 2005.

Con éste, son once los años consecutivos de beneficios para Iberia, que incluyen los peores años de la historia de la aviación comercial.

Los ingresos de explotación aumentaron un 9,3 por ciento, hasta situarse en 5.387,8 millones de euros, mejorando en todos los negocios. Casi el 85 por ciento de esta cifra, 4.552,6 millones correspondió a los ingresos de pasaje y carga. Destaca el aumento del 40,7 por ciento, hasta superar los 219 millones de euros, alcanzado por los servicios de mantenimiento de flota a terceros.

Los gastos de explotación ascendieron a 5.265,7 millones de euros en 2006, un 9,4 por ciento superior al año anterior, debido principalmente a la fuerte subida del precio del queroseno de aviación. El gasto de combustible se incrementó en un 36 por ciento, elevándose a 1.177,5 millones de euros, 311,8 millones más que el año precedente. El combustible representa ya un 22,4 por ciento de los gastos de explotación totales.

El balance del Grupo Iberia muestra a 31 de diciembre de 2006 un alto nivel de solidez. La deuda neta negativa se sitúa en 1.722 millones de euros, con una posición de caja de 2.453 millones de euros.

### Récord de ocupación

La compañía transportó un total de 27,8 millones de pasajeros durante 2006 y el coeficiente de ocupación registró una subida de 2,7 puntos porcentuales, alcanzando el 79,8 por ciento, cifra que establece un nuevo récord anual y que supera en 2,1 puntos la variación media registrada por las compañías europeas de red.

En la red de corto y medio radio el número de clientes aumentó un 10,3 por ciento, hasta los 3,9 millones, y el coeficiente de ocupación mejoró en 2,5 puntos, alcanzando el 85,6 por ciento, el nivel más alto en este sector en la historia de Iberia. También aumentó notablemente el nivel de ocupación de la *Business Plus*, la clase de negocios de la compañía para el largo radio, mejorando más de 10 puntos porcentuales respecto a 2005.

En el conjunto de la red, el ingreso medio por pasaje por AKO aumentó un

6,2 por ciento, destacando el excelente comportamiento del ingreso unitario en las conexiones con América, gracias al alto nivel de ocupación de los vuelos en general y de la *Business Plus* en particular.

### Cuarto trimestre de 2006

En el cuarto trimestre de 2006, el EBITDAR aumentó un 36,2 por ciento, hasta 214,7 millones de euros, y los resultados de explotación se situaron en 48,6 millones de euros, más de seis veces superiores al beneficio obtenido en el año anterior.

Los beneficios netos, antes del ajuste fiscal antes mencionado, de este cuarto trimestre han sido de 49,8 millones de euros, frente a unas pérdidas de 5,8 millones en el mismo periodo de 2005.



El presidente de Iberia, Fernando Conte junto a Enrique Donaire, director general de Líneas Aéreas, durante la rueda de prensa



## Duplica su oferta entre Madrid y Dublín

Desde primeros de marzo Iberia ha duplicado su oferta de vuelos entre Madrid y Dublín. Un segundo Airbus A320, con capacidad para hasta 171 pasajeros y doble configuración de cabina, unen diariamente ambas capitales, saliendo de Madrid a las 16:05 y con llegada al aeropuerto irlandés a las 17:30. Desde Dublín, el nuevo vuelo de Iberia sale a las 18:50 y llega a Madrid a las 22:15.

Además, gracias a estos nuevos vue-

los, ya es posible ir y volver desde Madrid a Dublín en el día, saliendo en el vuelo de Iberia de las 9:20 y regresando desde Dublín a las 18:50, y aprovechar así la jornada laboral en la capital irlandesa.

Con este segundo vuelo entre Madrid y Dublín, Iberia ha previsto transportar 157.000 pasajeros en 2007, lo que supondría un incremento cercano al 78% sobre el último año.



## Nuevos destinos

- \* *Boston será el próximo destino de Iberia en los Estados Unidos a partir de mayo, con cinco vuelos semanales.*
- \* *Los vuelos a Bucarest se inician el próximo 3 de marzo, y la compañía ofrecerá tres frecuencias semanales.*
- \* *Se suman a los vuelos recientemente inaugurados a Argel y Gibraltar.*
- \* *Además la compañía aumentará de 7 a 10 sus frecuencias a Centroamérica, duplicará en junio su oferta con Moscú, y aumentará la oferta a Sudamérica.*

Este es el año, de su historia reciente, en el que **Iberia** estrena más destinos. La compañía presentó en Fitur sus cuatro nuevas rutas para la temporada de invierno y para la campaña de verano.

En el largo radio y, a la vista de los excelentes resultados registrados en 2006 tanto en pasajeros como en la ocupación de sus vuelos, **Iberia** prepara para la primavera un destino más en los Estados

Unidos: Boston. En el corto y medio radio la compañía ha lanzado, en apenas un mes, sus vuelos directos a Bucarest, Argel y Gibraltar.

Boston será el nuevo destino de **Iberia** a los Estados Unidos a partir de mayo con cinco frecuencias semanales.

Bucarest, es el segundo destino de **Iberia** en el este de Europa, desde el 3 de marzo ha iniciado sus vuelos directos entre Madrid y Bucarest con dos frecuencias semanales para los sábados y domingos y, a partir del 28 de marzo, ofrecerá una tercera frecuencia todos los miércoles.

Vuelta a Argel tras 12 años de interrupción, con dos frecuencias semanales, los jueves y domingos.

**Iberia**, es la primera compañía en volar entre España y Gibraltar, ofreciendo un vuelo diario desde Madrid, operado con A319 para 141 pasajeros. ●



## Acuerdo para la gestión de las salas VIP de la T4

**Iberia** y **Sol Meliá** han firmado un acuerdo para la gestión de las tres Salas VIP que la aerolínea tiene en la Terminal 4 del aeropuerto de Barajas. Según este acuerdo, la cadena hotelera prestará sus servicios en las salas VIP a los clientes de **Iberia** y la alianza *oneworld* que operan en Barajas.

Las Sala Dalí, Velázquez y Goya disponen de un equipamiento de última generación y un diseño vanguardista y se componen de lounge, bar-restaurante, sala de relax, última tecnología para el trabajo y la conexión a internet, salas de reuniones y servicio de atención al cliente.

Como primeros pasos, **Sol Meliá** transformará las actuales salas de relax en salas de relajación con el ambiente Yhi Spa, su nueva y exclusiva marca dedicada a la salud y el bienestar. También implantará en las tres salas VIP los servicios de The Level, el servicio personalizado. ●



## Vuelos directos a Washington

El próximo 2 de junio, **Iberia** ofrece un nuevo destino en los Estados Unidos: Washington, convirtiéndose así en la única aerolínea que ofrece vuelos sin escalas entre España y la capital estadounidense y será el quinto destino a Estados Unidos.

Serán cinco vuelos a la semana (lunes, martes, jueves, sábados y domingos), operados con A-340, con capacidad para 260 pasajeros y en los que **Iberia** ofrecerá el servicio *Business Plus*. ●



## Supera los dos millones de pasajeros y el 80 por ciento de ocupación en febrero

En febrero, **Iberia** superó los dos millones de pasajeros transportados, y alcanzó una cifra de ocupación del 80 por ciento, 3,9 puntos porcentuales más que en febrero de 2006. El volumen de pasajeros-kilómetro transportados (PKT) se incrementó un 7,5 por ciento, frente a un aumento del 2,3 por ciento en el número de asientos-kilómetro ofertados (AKO). La creciente participación del tráfico intercontinental en el conjunto de la demanda llevó a un incremento del 6,5 por ciento en la etapa media de pasaje. ●



## Fernando Conte, nombrado Presidente en 2007 de la Asociación

Fernando Conte, presidente de **Iberia**, preside este año la Asociación Europea de Aerolíneas (AEA) que representa a los 31 compañías aéreas europeas más grandes.

El nombramiento se realizó durante la Asamblea de la Asociación celebrada en Berlín el pasado noviembre y sustituye a Wolfgang Mayrhuber, presidente de Lufthansa que ha presidido AEA durante el pasado año 2006. ●





## Extiende su red internacional con la apertura de dos nuevas rutas que unirán Barcelona y Bilbao con Munich

A partir del 1 de Abril, **Spanair** continúa con su expansión internacional enlazando las ciudades de Barcelona y Munich con una frecuencia diaria, y desde el 15 de Abril, una segunda.

Igualmente, a partir del 15 de abril, **Spanair** empezará a operar la ruta entre Bilbao y la Capital Bávara, con una frecuencia diaria en ambos sentidos.

Mediante estas nuevas rutas, la Aerolínea atiende la creciente demanda generada por la ciudad de Munich como importante centro de negocios. ☺

## Ofrece la posibilidad de realizar un seguimiento de los equipajes extraviados a través de su web [www.spanair.com](http://www.spanair.com)

**S**panair ha puesto en marcha un nuevo servicio a través de su página web, que posibilita a los pasajeros consultar el estatus de la búsqueda de equipajes extraviados, sin necesidad de realizar llamadas telefónicas.

Este sistema llama *Worldtracer*, ofrece información detallada y permite el acceso de forma totalmente gratuita las 24 horas del día, durante los 365 días del año, además de estar disponible en múltiples idiomas. La compañía se desmarca así. Como la primera aerolínea española en proporcionar este servicio. ☺



## Trece Especies españolas protegidas darán nombre a otros tantos aviones

\* *Este bautizo forma parte de un proyecto mayor de Iberia a favor del conocimiento y defensa de la rica diversidad española y en particular de las especies protegidas.*

\* *Nueve naturalistas de reconocido prestigio han prestado su colaboración a la compañía en este proyecto que se prolongará al menos durante dos años.*

**E**n la Terminal 4 de Barajas, tuvo lugar el bautizo del más nuevo de los aviones de **Iberia**, un A-321, que ha recibido un nombre emblemático, "*Águila Imperial*", en homenaje a esta especie única y exclusiva de España. El bautizo ha sido apadrinado por Joaquín Araujo, reconocido naturalista y Premio Nacional de Medio Ambiente y Premio Global 500 de la ONU.

Este es el primero de los 13 aviones que incorporará **Iberia** a su flota entre éste y el próximo año, todos de la familia Airbus A-320, y que llevarán en el fuselaje el nombre y dibujo de otras tantas especies protegidas, cada uno de



ellos apadrinado por reconocidos naturalistas y conservacionistas.

Tras el "*Águila Imperial*", este año llegarán otros ocho aviones que recibirán los nombres de *Lince Ibérico*, *Oso Pardo*, *Cigüeña Negra*, *Urogallo*, *Nutria*, *Búho Real*, *Avutarda* y *Halcón Peregrino*.

Para 2008, se recibirá cuatro aviones de estos modelos que recibirán los nombres de *Grulla*, *Petirrojo*, *Vencejo* y *Flamenco*, y está previsto que esta acción se amplíe a nuevos aviones de la flota de **Iberia**. ☺

El presidente de Iberia Fernando Conte con los naturalistas y conservadores que asistieron a la rueda de prensa



## Nueva Normativa Europea de Aviación Civil EU-OPS

**A** finales de Enero se realizó el curso sobre la "*Nueva Normativa Europea de Aviación Civil EU-OPS*". Organizado por la Asociación Nacional de Centros de Enseñanza de Tripulantes de Cabina de Pasajeros (ANCE-TCP) e impartido por Luís A. Conde Asorey, Jefe de Planificación de enseñanzas aeronáuticas de la D.G.A.C. y representante de España en el Comité de Licencias de las JAA.

Entre los más de 70 asistentes al curso destacamos: jefaturas de instrucción de T.C.P. de Air Europa, Spanair, Iberworld, Audeli, Futura, Gadair, Gestair, Hola Airlines, LTE; personal de Instrucción de varios Centros de Formación de T.C.P., representantes y personal de escuelas de T.C.P., examinadores de los cursos básicos de T.C.P., representantes del INEM y del INCUAL. ☺

## En 2006 aumentó un 14,7% el número de pasajeros llegados a España en Compañías Aéreas de Bajo Coste (CBC)

*\*Las tres principales compañías, Ryanair, Easyjet y Air Berlin, obtuvieron incrementos en el número de pasajeros durante 2006 del 15,1%, 10,1% y 6,4%, respectivamente*

*\* La española Vueling cierra el pasado año en la cuarta posición gracias a un crecimiento del 111,5%*

**E**n 2006 llegaron a España 17,3 millones de pasajeros procedentes del extranjero en compañías aéreas de bajo coste (CBC), lo que supuso el 31,6% de las llegadas por vía aérea (55 millones). Este flujo fue un 14,6% superior al dato del mismo periodo del año anterior.

Así se desprende del Estudio realizado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, sobre los resulta-



dos experimentados por este tipo de compañías. ●



## Reafirma con 24 nuevas rutas desde Barcelona su apuesta por un hubf Euro-Mediterráneo en El Prat

**C**lickair apuesta por el aeropuerto de El Prat como "hub" con 24 nuevas rutas desde el 1 de marzo y que la convertirán en la aerolínea con más destinos internacionales desde Barcelona.

Entre las nuevas rutas destacan los vuelos a Casablanca, Marrakech, que

comenzarán a operar el 1 de abril, y a Túnez, el 1 de agosto. A ellos se unen a partir del 1 de mayo vuelos desde a Moscú y Helsinki. En ambos casos, se trata de las primeras rutas al Norte de África y a las capitales de Rusia y Finlandia operadas por una compañía española desde Barcelona.

Italia es también objeto de una especial atención, con vuelos a Pisa, Verona, Nápoles y Palermo, además de rutas a Venecia y Roma, así como una ruta a Malta. En Centro Europa nuevos destinos como Viena, Budapest, Bucarest, Varsovia y Dubrovnik.

Estas nuevas rutas internacionales amplían las ya anunciadas a partir del 1 de marzo a Frankfurt, Ámsterdam y Dublín. En el ámbito doméstico, también se añade un vuelo a Jerez de la Frontera, que se une a las rutas entre Barcelona y La Coruña, Santiago y Vigo. ●



## Duplica sus ventas en 2006

**V**ueling, la aerolínea de nueva generación, ha duplicado sus ventas en el 2006 alcanzando unos ingresos de 235,53 millones de euros. Estos datos, reflejan el crecimiento de la compañía que, durante el 2006, ha inaugurado 18 nuevas rutas transportando más de 3,5 millones de pasajeros con niveles de ocupación alrededor del 70%.

En términos de EBITDAR5 (beneficio antes de intereses, impuestos, amortización y alquiler de flota) la compañía ha generado 28,01 millones de euros.

En el 2007, **Vueling** prevé continuar su exponencial crecimiento y transportar más de 6 millones de pasajeros y aumentar el número de rutas hasta un total de 50. La aerolínea acabará el año con una flota de 25 aviones. ●



## Primera low-costf en operar en Heathrow con vuelos desde Sevilla y Valencia

**C**lickair, es el primer operador de bajo coste del mundo en volar al aeropuerto londinense de Heathrow, con servicios desde Sevilla y Valencia a la capital británica. Asimismo, ofrecerá un total de 12 frecuencias diarias entre Barcelona y Santiago, La Coruña y Vigo, desde el 1 de abril, entre otras ya en servicio, como Barcelona a Berlin-Tegel y Praga, y Valencia a Milan-Malpensa. Además nuevas rutas desde Barcelona y Ámsterdam, Basilea, Dublín y Frankfurt. En conjunto, **clickair** prevé efectuar al inicio del segundo trimestre un total de 82 vuelos diarios, casi cuatro veces más que los 22 vuelos con que comenzó a operar el 1 de octubre de 2006. ●

## **Lufthansa** Alcanza en 2006 un nuevo récord de beneficios e ingresos

**L**ufthansa, ha presentado el balance, con valores récord de beneficios netos e ingresos. La facturación creció el año pasado en casi un 10% hasta alcanzar la cifra histórica de 19.800 millones de euros. También los beneficios después de impuestos del Grupo aumentaron hasta situarse en 803 millones de euros, cifra nunca alcanzada hasta ahora. El beneficio operativo creció un 46% hasta los 845 millones de euros.

También se han obtenido valores récord en cuanto a satisfacción de los clientes y al número de pasajeros transportados, lo que ha conllevado la creación de nuevos puestos de trabajo.

Lufthansa durante el año pasado, ha continuado centrándose con éxito en sus competencias esenciales. El Grupo obtendrá un beneficio contable de aproximada-



mente 500 millones con la venta de su participación en Thomas Cook AG.

En cuanto a la integración de Swiss, avanza mejor y más rápido de lo que se esperaba. El pasado año, las sinergias derivadas de la cooperación entre ambas registraron más de 200 millones de euros, cifra muy superior a la inicialmente prevista. ●



## **Crecimiento en los mercados clave para el verano de 2007**

**P**ara el verano de 2007, el Grupo KLM/Air France aumentará su capacidad en un 5,4% en comparación con el verano pasado, hasta un 5,6% en su red de vuelos de largo recorrido y un 4,3% en los vuelos de medio recorrido. La programación de verano empezará el 25 de marzo y acabará el 27 de octubre.

Las dos compañías aéreas aumentarán de manera significativa su capacidad a destinos de largo recorrido, especialmente a América Latina (hasta un 11,4%) y Asia (hasta un 7,3%). Se incrementará asimismo la frecuencia a América del Norte (hasta 10,1%). Sin embargo, aun-

que se siga incrementando el número de vuelos a África, es cierto que se hace a un ritmo inferior (hasta el 3,1%). Por otro lado, la capacidad de las redes a Oriente Medio, el Caribe francés y el Océano Índico experimentarán sus ajustes estacionales usuales.

En la red de vuelos de medio recorrido, KLM está reforzando su 7ª zona de conexión en el aeropuerto de Ámsterdam que se introdujo el verano pasado, aumentando las frecuencias de vuelos a Europa del Este y del Norte. Al mismo tiempo, Air France está potenciando su capacidad principalmente a los destinos del Norte de África. ●



## **Introduce el español en sus máquinas de autofacturación**

**D**elta sigue ampliando sus servicios en español ante el aumento de clientes de habla hispana, y ofrecen las máquinas de autofacturación disponibles en los aeropuertos de EEUU y Puerto Rico operando en español. Las máquinas que ofrecen la opción de operar en español disponen de las mismas funciones que las máquinas que operan en inglés, con pantalla táctil, y ofrecen a

los clientes un canal de facturación auto-servicio fiable y eficaz.

Desde 2005, Delta ha ampliado su oferta de vuelos a Latinoamérica y el Caribe, con más de 60 nuevos vuelos a 58 destinos de la zona. A través de las máquinas de autofacturación de Delta, los clientes pueden acceder de manera rápida y fácil a una amplia variedad de opciones. ●

### **AL VUELO**

\* **Ryanair**, ha abierto su quinta línea desde Sevilla a Dublín, la ruta operará con tres frecuencias semanales los martes, jueves y sábados. ●

\* **Ryanair**, sigue ocupando, mes tras mes, la primera posición en el ranking de puntualidad y servicio al cliente, con una ocupación del 85%, una puntualidad del 99,2% de los vuelos y solo 0,3 equipajes perdidos por cada 1000, con más de 42,5 millones de pasajeros en 2006. ●

\* **Ryanair**, incrementará frecuencias en sus rutas Málaga-Dublín y Murcia-Dublín para la temporada de verano. A partir del 26 de marzo, Málaga-Dublín incrementará de 8 a 9 frecuencias semanales, un vuelo los lunes, miércoles, jueves, viernes y domingos, dos los martes y tres frecuencias los sábados. En el caso de Murcia-Dublín, a partir del 30 de abril las frecuencias aumentarán de 4 vuelos semanales a 7, convirtiéndolo en un vuelo diario. ●

\* **Continental Airlines**, ha anunciado el lanzamiento de vuelos diarios y sin escalas entre Nueva York/Newark y Atenas a partir del próximo 7 de junio de 2007, sujeto a aprobación gubernamental.

El nuevo servicio ofrecerá conexiones a la capital griega, no sólo desde Nueva York, sino también desde las más de 230 ciudades que sirve **Continental Airlines** en el Norte, Centro y Sur de América, y el Caribe, entre otros. ●

\* "**CityJet for Air France**" es la red más importante para los viajes desde el corazón de Londres, con unos 70 vuelos diarios operados principalmente en aviones Avro RJ 85 de 95 asientos.

A partir del 26 de marzo de 2007, "**CityJet for Air France**" propondrá 10 destinos desde el aeropuerto de London City a: Ginebra, Madrid, Milán Linate, Niza y Zurich. Y, en cooperación con ScotAirways a: Belfast Harbour Airport; Dundee y Edimburgo.

Estos destinos se añaden a los destinos de **Air France** operados actualmente por **CityJet** desde el aeropuerto de London City: Orly (6 vuelos diarios) y Dublín (5 vuelos diarios). ●

\* **Thomsonfly**, en la temporada de verano 2007 empezará a operar una nueva ruta de vuelos regulares de bajo coste entre Barcelona y Cardiff, en Gales. Esta nueva ruta se iniciará el próximo mes de mayo, y se suma a la ruta ya existente desde el pasado mes de septiembre. ●

\* **Delta** en su hub del Aeropuerto de Atlanta, ha llevado a cabo una amplia remodelación y operará todo el handling, tanto el suyo propio como el de las compañías asociadas en **Delta Connection**: Chautauqua, Shuttle America, Freedom Airlines y Atlantic Southeast Airlines (ASA desde el 1 de Junio 2007). ●

## AL VUELO

\* **Air France** a partir del mes de abril, ofrece a los pasajeros que viajen en Boeing 777-300 disfrutar de cursos de idiomas a través de sus pantallas individuales de vídeo.

La compañía propone cursos de iniciación en un total de 23 idiomas: inglés, francés, italiano, japonés, mandarín, portugués, español, alemán, cantones, coreano, griego, ruso, árabe, hindi, thai, malayo, indonés, tamil, holandés, vietnamita, turco, tagalo (Filipinas) y danés.

Este programa de aprendizaje audiovisual, totalmente interactivo, está compuesto por un curso impartido por un profesor, ejercicios de pronunciación, tests y juegos que permiten practicar la lección. Al final de cada curso, se atribuye al pasajero una nota de evaluación. ●

\* **Monarch**, línea de bajo coste, ha transportado más de 100.000 pasajeros en su ruta Manchester-Almería en los dos años desde el lanzamiento de la misma.

**Monarch** aumentará sus vuelos entre Manchester y Almería de cuatro a cinco rutas semanales a partir del 2 de abril. Todos los vuelos se pueden reservar a través de [www.flyMonarch.com](http://www.flyMonarch.com). ●

\* **Air France** ha renovado su oferta gastronómica gratuita para los clientes de sus vuelos entre España y Francia, así como en el resto de sus rutas de medio recorrido de una duración menor a 2h30m. La compañía, ofrece más variedad en sus menús y aperitivos servidos en las cabinas *l'Espace Affaires* (Business), *Tempo Challenge* (Turista Superior) y *Tempo* (Turista). ●

\* **Air Canada**, ofrece, todos los vuelos de *Air Canada JAZZ* y *Air Canada Vacations* utilizan la Terminal 1 en el Aeropuerto de Toronto Pearson para las llegadas y salidas de los vuelos transborder hacia o desde EE.UU. Con la apertura del nuevo Muelle F en la Terminal 1, todas las operaciones de **Air Canada** hacia EE.UU se consolidarán junto con sus operaciones actuales, domésticas e internacionales en la terminal y **Air Canada** dejará de operar de la Terminal 2. ●

\* **Air Berlin** vuela en exclusiva para L'TUR a Ras Al-Khaimah. Cada sábado, desde Munich, tras seis horas de vuelo los aviones aterrizan en este emirato, uno de los siete que integran desde 1971 los Emiratos Árabes Unidos, que esta localizado en la frontera de Omán al norte de la Península Arábiga. Hay enlaces desde Berlín, Dusseldorf, Dresden y Hamburgo. El vuelo se hace en Boeing 737-800 con 162 plazas. ●

\* **Ryanair**, ha celebrado el primer aniversario de su ruta entre Sevilla y Liverpool, en el que ha transportado a más de 50.000 pasajeros, aunque su previsión era transportar 40.000 en el primer año de operaciones. ●



## Refuerza su red internacional con la apertura de Dar Es Salaam

\* *Abrió otros ocho destinos durante 2007 coincidiendo con la celebración del 10 aniversario de su nueva etapa*

**Q**atar Airways ha comenzado el año con dos motivos de celebración; la ampliación de su red internacional con la apertura de nuevas rutas durante 2007 y el décimo aniversario del inicio de su nueva etapa.



Boeing 777

2007 será para la aerolínea un año de gran expansión en el que se inaugurarán nuevos vuelos directos que conectarán Doha con destinos clave de todo el mundo; Bali, Nueva York, Lagos, Ho Chi Minh City, Chennai, Ahmedabad y dos ciudades del norte y este de Europa.

Además de la expansión internacional, este nuevo año trae consigo un importante incremento de frecuencias y el aumento de la flota de la compañía; "Coincidiendo con su décimo aniversario, ofrecen nuevos destinos en su red internacional, a las que hay que sumar la ampliación de frecuencias en las rutas ya existentes y los nuevos modelos de Airbus y Boeing que completarán su flota, como la entrega del primer Boeing 777 a finales de año". ●



## Potencia la larga distancia desde España

\* *Through fares disponibles en los CRS y excelentes conexiones vía Frankfurt*

**C**ondor ya revolucionó la larga distancia con precios propios de una low cost. Y ahora -gracias a la más estrecha colaboración con *Lufthansa* para los trayectos desde los aeropuertos españoles como Barcelona, Madrid, Bilbao, Málaga, Jerez de la Frontera, Palma de Mallorca, Las Palmas de G.C., Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y Sta. Cruz de la Palma a Frankfurt - además pone el mundo entero al alcance de todos y facilita la venta a las Agencias de viajes o Touroperadores que pueden reservar estos vuelos con through fares en CRS como Amadeus, Galileo, Worlspan etc.

### Desde España a 35 destinos en todo el mundo

Con más vuelos de conexión de *Lufthansa* y con enlaces en Frankfurt para vuelos en **Condor**, en la temporada de verano 2007, **Condor** ofrece desde España un total de 35 destinos en todo el mundo: Mombasa, Zanzibar, Seychelles, Mauricio, Maldivas, Sri Lanka, Phuket, Punta Cana, Puerto Plata, Montego Bay, Cancún, Varadero, Salvador de Bahía, Las Vegas, Orlando y Vancouver por nombrar sólo algunos de los destinos más deseados por el público español!. ●



## Comienza un año más a volar desde Madrid y Barcelona

**A**ir Malta, ofrece de nuevo vuelos directos regulares desde Madrid y Barcelona a Malta, con dos vuelos semanales respectivamente de Junio a Septiembre, con una amplia red de conexiones desde Malta a diferentes ciudades (Catania, Palermo, Túnez, Atenas, Trípoli,...).

Actualmente la compañía está en proceso de renovación total de su flota y se prevé que a principios del 2008 la antigüedad media de la flota de **Air Malta** será tan sólo de 2,7 años de media, con una flota de 12 aviones de última generación Airbus 320, Airbus 319 y Boeing 737-300. ●

**RYANAIR.com**  
VUELA MÁS BARATO

## 2007 será uno de los años de mayor crecimiento en España

**R**yanair, lanzó a primeros de enero la segunda promoción de 2007: Dos por Uno. La compañía ha querido empezar lo que promete ser uno de los años de mayor crecimiento para la empresa en España regalando un viaje para cada billete comprado.

Maribel Rodríguez, Directora de marketing y ventas para España y Portugal, ha comentado en Madrid: "Entre febrero y abril de este año, inauguraremos las 19 ya anunciadas nuevas rutas desde nuestra base de operaciones en Gerona, así como muchas más desde diferentes puntos de España".

Ryanair, que ha transportado más de 42 millones en 2006, está presente en España desde 2003 y opera ya desde 17 aeropuertos españoles (Almería, Fuerteventura, Girona, Granada, Jerez, Madrid, Málaga, Murcia, Reus, Santander, Santiago de Compostela, Sevilla, Tenerife, Valencia, Valladolid, Vitoria y Zaragoza). Ryanair conecta estos 17 aeropuertos españoles con 117 rutas internacionales en toda Europa y espera contar con 9 millones de viajeros españoles al año a partir de marzo 2007.



Para facilitar esta expansión en Gerona, la mayor de sus 18 bases, han destinado 4 de los 21 aviones que han recibido a finales de marzo a su base española, con una inversión de 280 millones de dólares. Esta inversión incrementará a 7 el número de aviones que pernoctan en Gerona y permitirá operar 41 rutas y transportar a 4 millones de pasajeros anuales. En Madrid tienen 3 aviones para operar a 15 destinos internacionales. Con una inversión de 210 millones de dólares esperan transportar más de 1 millón de pasajeros anuales. Esto significa que desde España, el objetivo es alcanzar este año, los 9 millones de pasajeros.

**AIR-BERLIN / dba:**

### Récord de pasajeros en 2006

**A**ir Berlin y su filial al 100%, dba, han alcanzado en 2006 el mayor número de pasajeros de su historia. Un total de 19.701.771 pasajeros. Esto representa un crecimiento del 12,6% (en 2005 transportaron 17.504.729 pasajeros). En 2006, un total de 15.227.587 pasajeros volaron con Air Berlin, 1.691.061 más que el año anterior (+12,5%). Durante el mismo periodo, el número de pasajeros de dba ha aumentado un 12,8%, pasando de los 3.968.203 a los 4.474.184. La ocupación de los aviones de Air Berlin y dba ha ascendido en 2006 al 75,3% y se ha situado por encima del nivel del año anterior (75,2%).

**AIR FRANCE**

### Primera compañía europea en operar con el A380

**A**ir France, primera compañía aérea que operará con el nuevo Airbus A 380, ha hecho un pedido de 10 aparatos, con otras cuatro opciones. La compañía recibirá sus tres primeros aviones en la temporada de verano de 2009.

Air France ha elegido el motor GP7200, especialmente fabricado por Engine Alliance (alianza entre General Electric y Pratt & Whitney) para propulsar este cuatrirreactor de nueva generación.

La compañía ha seleccionado una cabina de 538 asientos dividida en tres clases. Tiene previsto explotar este aparato para destinos como Asia y América del Norte.

## AL VUELO

\* **LOT Polish Airlines** ha aumentado su pedido de B787 Dreamliner con una unidad adicional, elevando el total a ocho aviones. LOT realizó un pedido de siete B787 en 2005, con entregas a partir de 2008.

Este nuevo pedido a Boeing, está valorado en 153 millones de dólares (116 millones de euros) a precios de catálogo.

\* **Air New Zealand** ha realizado un pedido de cuatro B787-9 adicionales. Es el tercer pedido del B787 Dreamliner por parte de la aerolínea, y con esta suma ocho B787-9 Dreamliner encargados.

Las entregas de estos cuatro aviones se realizarán entre 2011 y 2013. El pedido está valorado en aproximadamente 700 millones de dólares (532 millones de euros).

\* **Continental Airlines** ha celebrado el 15º aniversario de su ruta Madrid-Nueva York, el único servicio sin escalas que une la capital española con el aeropuerto internacional Newark Liberty, hub de Continental Airlines en Nueva York. El vuelo fue inaugurado el 16 de enero de 1992.

\* **British Airways**, desde el pasado febrero a comenzado a cobrar a los pasajeros que facturen una segunda maleta, con la excepción a personas mayores o discapacitados, que no puedan con el peso de una sola y tengan que utilizar dos valijas, en dicho caso quedan exentas.

\* **US Airways** retiró la opa hostil de 9.750 millones de dólares (7.523 millones de euros) que lanzó sobre Delta Air Lines, en suspensión de pagos. La decisión de US Airways se produce después de que los acreedores de Delta Air Lines hayan apoyado el plan de la compañía para levantar la suspensión de pagos y continuar su futuro en solitario.

\* **Iberia.com**, un año más, se establece como la web española que más vende, con 450 millones de euros en 2006, un 57 por ciento más que en 2005 y una media diaria de cerca de 350.000 visitas.

El 69,7 por ciento de esas ventas se realizaron en España, lo que supone 314 millones de euros y un crecimiento del 50 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior.

Este año además celebra su 10º Aniversario y con este motivo regalará cada mes 400 billetes de ida y vuelta para volar a varios destinos nacionales e internacionales.

\* **Vueling**, confirmó formalmente a AENA su decisión de construir el primer hangar en el aeropuerto de El Prat. De este modo, la aerolínea se convierte en la primera compañía en formalizar este acuerdo y apuesta por El Prat.

El nuevo hangar ocupará casi 2 hectáreas de terreno y permitirá posicionar tres aviones simultáneamente para llevar a cabo diversas tareas de mantenimiento.

## AL VUELO

\* **British Airways** ha comenzado a operar nuevas rutas desde Londres Gatwick a Puerto España en Trinidad y Tobago, (vía Barbados con Boeing 777, tres semanales), a Dresde en Alemania y a Sarajevo en Bosnia Herzegovina desde marzo de 2007 (vuelos diarios a Dresde y tres servicios semanales a Sarajevo. Ambas rutas estarán operadas por aviones Boeing 737).

La compañía ha firmado un acuerdo de código compartido con **Caribbean Airlines**, cuyo código de vuelo será incorporado a los servicios de **British Airways** a Puerto España, Barbados y Antigua. ●

\* **Air Berlin**, en los últimos resultados oficiales de Aena, destaca como la *primera compañía aérea extranjera de España*, en el comparativo con las principales aerolíneas regulares y de bajo coste, de acuerdo con el ranking del año 2006. ●

\* **Lufthansa** introduce en España una estructura de precios a Europa, que, entre muchas otras atractivas tarifas, ofrece todos los vuelos directos a Alemania a un precio final de 99 para ida y vuelta, con todo incluido. Estos precios son permanentes, no tienen periodo de compra anticipada y no exigen ningún tipo de estancia mínima en destino. Actualmente, **Lufthansa** cuenta con 279 vuelos directos semanales desde Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca y Valencia a las principales ciudades de Alemania. ●

\* Por primera vez en su historia, **Malév Líneas Aéreas Húngaras**, que ultima su incorporación plena a la alianza **OneWorld**, ha dado la bienvenida a su pasajero número tres millones durante el ejercicio de 2006. Con un incremento constante del 9 por ciento en su tráfico de pasajeros de los últimos meses.

**Malév** que opera con Boeing 737 NG empezó a registrar una clara tendencia al alza durante el primer semestre de 2006, contabilizando su pasajero un millón a finales de mayo, y superando la cifra de los dos millones el 31 de agosto. ●

\* **Germanwings** ha cerrado el año con un récord en el número de pasajeros, la aerolínea ha aumentado en un 31% el número de pasajeros con respecto al año 2005. Este es el tercer año consecutivo de crecimiento para **Germanwings**. El volumen de ventas de 2006 creció un 39% con casi 560 millones de euros.

La cifra récord de pasajeros se produjo el 27 de octubre de 2006, día en que se cumplía el cuarto aniversario de la aerolínea. Más de 25.000 pasajeros estableciendo un nuevo récord diario. ●



## Supera sus expectativas...

*En 2006, el mejor resultado en la historia de la compañía*

**A**ir Berlin PLC, ha tenido unos beneficios netos en el año 2006 de 50 millones de euros. El volumen de ventas del año 2006 ha alcanzado los 1.570 millones de euros (en 2005 fueron 1.220), lo que representa un aumento del 28,6%. El beneficio antes de impuestos, amortizaciones y gastos de leasing (EBITDAR) es de un 67,4%, pasando de 153,2 millones de euros en 2005 a 256,5 millones en 2006. El resultado operativo bruto (EBIT antes de impuestos) generado el año pasado, ha sido de 64,1 millones de euros (en 2005, -5,5 millones). Los beneficios netos, después de impuestos, se han situado en los 50,057 millo-



nes de euros. En el año anterior, **Air Berlin** tuvo unas pérdidas de 115,9 millones de euros. ●

## Número uno en Mallorca...

**A**ir Berlin ha reforzado su posición en el mercado español con respecto a sus competidores en el aeropuerto de Palma de Mallorca. En las estadísticas oficiales de este aeropuerto del mes de enero, la aerolínea alemana tiene una cuota de más del 36% del tránsito de pasajeros. En segundo lugar esta Air Europa con un 17,9% y en el tercero Iberia con un 9,71%. La británica Easyjet se distancia con una cuota del 5,87%.

El año pasado, **Air Berlin** transportó 5.067.479 pasajeros con origen y destino a Mallorca, aumento que representa el 11,88% en comparación con el año anterior. ●

## Estrena vuelos a Suecia...

**A**partir del 2 de mayo de 2007, **Air Berlin** ofrecerá vuelos diarios (excepto los sábados) desde Berlín-Tegel a Gotemburgo. La segunda ciudad mayor de Suecia es, después de Helsinki y Copenhague, la tercera metrópoli escandinava a la que volará **Air Berlin**. Los pasajeros con origen desde Zurich y Viena, también pueden viajar a Suecia con este nuevo trayecto haciendo escala en Berlín.

**Air Berlin** ofrece los vuelos de Berlín a Gotemburgo desde 29 euros (con tasas e impuestos incluidos). ●



## Nuevas frecuencias en Beijing

**S**AS cuenta en la actualidad con una extensa red de rutas entre Escandinavia y China. Desde el 25 de marzo, la aerolínea operará un total de once vuelos semanales al Aeropuerto de Beijing ya que a la frecuencia diaria que ya oferta desde Copenhague se suman cuatro nuevos vuelos desde Estocolmo. Además, a partir de septiembre de 2007 el tráfico hacia China se verá reforzado con nuevas salidas desde Estocolmo y Copenhague.

Con la intención de satisfacer las necesidades de sus clientes en un mercado en expansión para Escandinavia, **SAS** ha tomado la decisión de reorganizar su tráfico aéreo a China, por lo que suprimirá sus vuelos al Aeropuerto Internacional de Pudong a partir del 8 de abril. En su lugar, **SAS** podrá ofrecer excelentes conexiones con el aeropuerto de vuelos domésticos Hong Oiao en Shangai y muchos otros importantes destinos en China. ●



## Volará el nuevo avión B 777 en las rutas europeas, asiáticas y del pacífico sur

**A**ir Canada operará su primer avión Boeing 777 en las rutas a Europa, Asia y el Pacífico Sur. La introducción es a partir de Abril, siendo el primero de ocho nuevos B777 que serán entregados durante el presente año.

Air Canada ofrece en sus aviones, los servicios más avanzados en las rutas: Toronto- Londres Heathrow (a partir de Abril), Toronto-Frankfurt y Toronto-Tokio (en Junio), Vancouver-Tokio (en Julio) y Toronto-Hong-Kong (en Agosto).

Además, el 14 de Diciembre del 2007, Air Canada introducirá un vuelo directo

con frecuencia diaria entre Vancouver y Sydney (Australia) utilizando su nuevo avión B777, siendo la única línea aérea que ofrece un vuelo directo entre Canadá y Australia.

El avión B777-300ER de Air Canada está configurado para 42 asientos en la clase *Executive Class* o *Clase Ejecutiva* y 307 asientos en la *Clase Económica* y el nuevo B777-200LR que operará la ruta de Sydney será configurado el 1 de Febrero del 2008 con 42 asientos de clase *Executive Class* o *Clase Ejecutiva* y 228 asientos en la *Clase Económica*.



## JAL, Malév y Royal Jordanian formarán parte desde abril de la alianza

**J**apan Airlines (JAL), Malév Hungarian Airlines y Royal Jordanian Airlines entrarán a formar parte de *oneworld* a partir del 1 de abril de 2007, en la que supone la mayor expansión de la alianza desde su lanzamiento hace ocho años.

Otros cinco miembros del grupo JAL se unen a *oneworld* junto a Japan Airlines el mismo día, como afiliados: JALways, Japan Asia Airways, JAL Express, J-AIR y Japan Transocean Air.

De esta forma, desde el 1 de abril de 2007, alrededor de 20 millones de viajeros frecuentes de todas estas líneas aéreas podrán ganar y gastar puntos en todos los demás miembros de *oneworld*.

Se incluyen los más de 19,5 millones de miembros del programa "JAL Mileage Bank", los 75.000 titulares del "Duna Club" de Malév, y los 90.000 miembros del programa "Royal Plus" de Royal Jordanian.

Otras tres líneas aéreas están preparándose para formar parte de *oneworld* en 2007 -Dragonair, LAN Argentina y LAN Ecuador-, todas como afiliadas.

Y, desde el 1 de abril Aer Lingus dejará de pertenecer a *oneworld*, ya que su filosofía de ofrecer vuelos de bajo coste punto a punto no está en línea con la de *oneworld* de ofrecer servicios de alta calidad a pasajeros internacionales, viajeros frecuentes y con vuelos en conexión.

## AL VUELO

\* **LTU**, a partir del 1 de mayo de 2007 y como parte de su nueva campaña de renovación y cambio de imagen, la aerolínea alemana está mejorando todos sus productos y servicios. Gate Gourmet, la empresa de catering de la compañía junto con expertos en nutrición de la revista Fit For Fun han desarrollado un nuevo concepto en el catering enfocado a ofrecer una mayor variedad y valor nutricional a los pasajeros.

\* **Air Europa**, ha contratado a Amadeus su plataforma comunitaria de gestión de reservas (*Amadeus Altéa Reservation*) para procesar la totalidad de sus funciones de venta y de distribución multicanal. De este modo, la aerolínea, que ya distribuía su oferta a través del sistema de reservas Amadeus, lo utiliza ahora también, como sistema interno de ventas y reservas en sus centros de llamadas y en sus propias oficinas de aeropuertos y ciudades.

\* **Vueling**, continúa con sus planes de expansión en el aeropuerto de Barajas y desde enero de este año se sitúa como cuarta aerolínea en tráfico de pasajeros.

Los dos nuevos destinos incorporados desde Madrid son Jerez de la Frontera y Venecia y además dos nuevas conexiones con Palma de Mallorca, Ibiza y Málaga.

\* **Alitalia** tendrá un nuevo Consejo Administrativo tras el acuerdo del Gobierno italiano, que ha decidido además realizar una primera selección entre once interesados en la compra de la compañía. Después de otra selección, los candidatos tendrán que realizar ofertas vinculantes.

\* **Jet Airways**, la principal aerolínea de India, lanza un nuevo vuelo internacional entre Londres Heathrow y Ahmedabad, capital de Gujarat, con dos vuelos semanales a partir del 3 de Abril. Esta frecuencia aumentará a tres vuelos semanales a partir del 1 de Mayo de este año y será operado con Airbus A330-200.



## Renueva el catering en la línea Madrid-Lisboa

**T**AP renueva su catering introduciendo un nuevo concepto de comidas, de la autoría del Chef Vítor Sobral, en los menús servidos a todos

los pasajeros que viajen en *Clase Top Executive* en vuelos de Madrid-Lisboa.

Los pasajeros tienen ahora platos renovados, con diferentes composiciones, acordes con la hora de vuelo (desayuno, almuerzo, merienda y cena).

## Check-in on line, ahora también con salidas desde Madrid y Barcelona

**L**os pasajeros de TAP, con salida de Madrid y Barcelona ya pueden hacer la facturación de sus vuelos en internet.

El check-in online puede realizarse desde las 24 horas hasta los 90 minutos antes de la salida de un vuelo operado por TAP viajando sin equipaje o con equipaje de mano, en la página web de la compañía [www.flytap.com](http://www.flytap.com), imprimiendo de forma inmediata la respectiva tarjeta de embarque.



## **Spanair se consolida como líder en el sector empresas**

El plan de expansión de Spanair, que se desarrollará hasta el 2010, “va a consolidar a la compañía como líder orientada al sector empresas” según manifestó su presidente, Gonzalo Pascual en la tradicional rueda de prensa convocada coincidiendo con Fitur. En junio pasado, puso en marcha un nuevo servicio on line, [www.spanairempresas.com](http://www.spanairempresas.com), orientado a la mediana empresa, que ofrece a través de su Tarifa Profesional, una total flexibilidad en los vuelos clase economy, con precios altamente competitivos y descuentos proporcionales en función del volumen de reservas efectuadas. Gracias a este plan, la compañía prevé alcanzar el 40% de cuota de mercado en el sector de empresas en un plazo de tres años, porcentaje que el año pasado supuso el 28% del mercado total en aquellas rutas en las que opera. En el **mercado doméstico**, en 2006 lanzó cinco nuevas rutas que enlazan Madrid con Granada, San Sebastián y Almería, así como Barcelona con Valencia y Granada. En el ámbito **internacional**, la compañía refuerza su presencia en el mercado alemán a partir del 1 de abril,

enlazando las ciudades de Barcelona y Munich con dos frecuencias diarias y a partir del 15 de abril, la ruta Bilbao y la capital bávara, con una frecuencia diaria en ambos sentidos. La incorporación de estos vuelos, refuerza la posición de **Spanair** en este mercado en el que cuenta con rutas ya muy consolidadas como las que unen Madrid y Frankfurt, Madrid y Stuttgart y Valencia y Munich. Por otra parte, también refuerza su posición de liderazgo en el mercado escandinavo, incrementando el número de vuelos que enlazan las ciudades de Madrid, Palma de Mallorca y Málaga con Copenhague y Estocolmo. Siguiendo con su plan de expansión internacional, el 20 de mayo se pondrán en funcionamiento tres nuevas rutas que unirán Casablanca con Madrid, así como Argel con Madrid y Barcelona, conectando estos dos impor-



tantes centros de negocio españoles con el norte de África. Igualmente, a partir del 27 de marzo, se iniciarán tres nuevos vuelos que enlazarán Madrid, Barcelona y Las Palmas de Gran Canaria con Banjul (Gambia), siendo **Spanair** pionera en ofrecer este destino dentro de la red de Star Alliance. Durante 2006, la compañía transportó más de 10,7 millones de pasajeros y para el próximo verano prevé alcanzar la cifra emblemática de 100 millones de pasajeros transportados desde el inicio de sus operaciones en marzo de 1988. ●

*José Antonio Fernández Cuesta*



## **Rinde homenaje a las Fuerzas de Seguridad de la T-4**

tan crítica, que superó todo lo imaginable”.

Los galardonados fueron: *Unidad Fiscal de la Guardia Civil del Aeropuerto; Comisaría del Puesto Fronterizo del Aeropuerto; Unidad de Salvamento y Bomberos del Aeropuerto; Unidad de Policía Municipal del Aeropuerto; Unidad de la Empresa Secúritas del Aeropuerto.* ●

**A**LA celebró su Asamblea en las instalaciones de la T-4 del Aeropuerto de Barajas, introduciendo en su Orden del Día, un acto de homenaje a las Fuerzas de Seguridad del Estado destinadas en el Aeropuerto, a AENA y a sus trabajadores, y a los empleados de las Compañías Aéreas que operan en la citada T-4.

En la exposición de motivos, el Presidente de **ALA**, Pablo Olmeda, indicó: “El día 30 de Diciembre, el Aeropuerto de Madrid-Barajas fue escenario de uno de los atentados terroristas más graves de los últimos años. Los daños que se produjeron, reparables e irreparables, pusieron de manifiesto la voluntad, la dedicación, el esfuerzo y la capacidad de los trabajadores de la T-4 y de sus jefes,

entre los que los miembros de las Fuerzas de Seguridad del Estado se distinguieron por su valentía y por su rapidez de acción, ante una situación



AENA



## Los aeropuertos españoles registraron en febrero cerca de 13 millones de pasajeros, un 9% más que el mismo mes de 2006

Los aeropuertos españoles registraron en febrero de 2007: 12.933.323 millones de pasajeros, de los que 6.682.104 fueron en vuelos internacionales y 6.132.028 en nacionales. Operaron más de 170.000 vuelos y transportaron más de 48.000 toneladas de mercancías. Estas cifras reflejan un significado aumento con respecto al mismo mes de 2006, ya que el número de pasajeros se incrementó un 9%; el volumen de operaciones, un 7,7% y, el transporte de mercancías, un 9,4%.

En los dos primeros meses del año, los aeropuertos españoles registraron un total de 25.545.544 pasajeros y 347.801 operaciones, lo que representa un incremento de un 7,8% y 8,4%, respectivamente, sobre el mismo periodo del año anterior.

En mercancías, el tráfico de carga en los dos primeros meses de 2007 fue de 07.706 toneladas, un 8,9% más que el año anterior.

Entre los principales aeropuertos por tráfico de pasajeros, Madrid Barajas continúa siendo el aeropuerto de mayor tráfico de pasajeros con 3.541.920 viajeros, 14,3% más que en febrero de 2006.

### Operaciones

En febrero los aeropuertos realizaron un total de 170.526 operaciones, un aumento de un 7,7%. Del total de estos movimientos, 145.849 corresponden a vuelos comerciales, de los que 82.780 fueron nacionales y 63.069 de carácter internacional.

## LA FUNDACIÓN AENA

### Presenta en una exposición parte de su obra gráfica

La Fundación Aena ofreció hasta el 4 de marzo en la Sala Arquerías de Nuevos Ministerios, la exposición "Colección Aena de Obra Gráfica", un total de 47 obras correspondientes a 34 autores entre los que se encontraban Arroyo, Barceló, Brota, Canogar, Chillida, Chirino, Feito, Genovés, Gordillo, Guinovart, Cristina Iglesias, Miró, Mompó, Picasso, Saura, Tápies y artistas hispanoamericanos como el chileno Roberto Matta o el cubano Wifredo Lam.

En 1996 se procedió a formar la Colección Aena de Obra Gráfica, con el asesoramiento de varios especialistas. Una vez seleccionados los mejores autores españoles e hispanoamericanos, se procedió a localizar piezas de sus ediciones más destacadas en esta especialidad artística.

## La T4 supera en su primer aniversario el umbral de los 26,8 millones de pasajeros

La Nueva Área Terminal 4 (T4) del Aeropuerto de Madrid-Barajas ha superado un año después de su puesta en funcionamiento, la barrera de los 26,8 millones de pasajeros, con cerca de 252.000 operaciones realizadas y más de 11,8 millones de maletas facturadas.

Desde su inauguración, el 5 de febrero de 2006, la infraestructura que engloba el nuevo edificio T4 y su satélite T4S, ha permitido a Madrid-Barajas colocarse a la cabeza de los aeropuertos europeos en cuanto a modernidad y funcionalidad de sus instalaciones, al tiempo que consolida su situación en Europa y afianza su posición de liderazgo entre los principales aeropuertos del mundo.

La T4 ha sido premiada por su arquitectura y funcionalidad durante los últimos meses, así como ha contado con reconocimientos internacionales

que han distinguido al Aeropuerto de Madrid-Barajas como uno de los mejores aeropuertos europeos y del mundo.

En cuanto a su situación dentro del ranking internacional de aeropuertos, su posición está garantizada gracias a sus nuevas infraestructuras, que han permitido doblar la oferta de capacidad de las instalaciones tanto para el tratamiento de pasajeros como de operaciones.



## Opera desde febrero en el aeropuerto de Madrid-Barajas

La división de asistencia aeroportuaria en tierra de Globalia, **Groundforce**, comenzó a operar en el aeropuerto de Madrid-Barajas, con los servicios de handling a terceros.

**Groundforce** resultó adjudicataria de siete licencias de handling a terceros en los aeropuertos de Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Tenerife Norte, Tenerife Sur y Gran Canaria, lo que le sitúa como la primera compañía independiente del sector en España, al ser la única que cuenta con licencia en los dos principales aeropuertos Madrid y Barcelona. En este último aeropuerto inició su operación el pasado 23 de febrero.

La división de handling de Globalia estará presentes en todas las terminales del aeropuerto, incluyendo la nueva Terminal 4, prestando un servicio muy versátil a compañías de diverso tipo como son compañías de bandera (Air France, KLM, Continental Airlines, Alitalia...), compañías low cost (Vueling...) y compañías charter (Girjet, Meridiana, Windjet...).

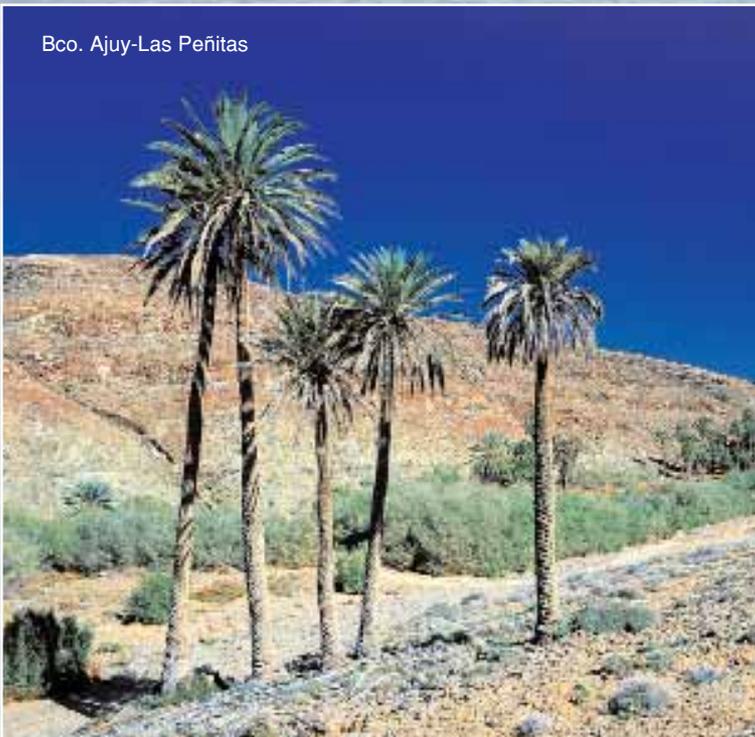


*La isla de Fuerteventura es el lugar perfecto para unas vacaciones que combinen el descanso, la naturaleza, las tradiciones culturales y los deportes náuticos.*

# FUERTEVENTURA, LA ISLA TRANQUILA

Matorral

Bco. Ajuy-Las Peñitas



**S**u costa abierta y sus inmensas playas amplias de doradas arenas, junto a un agua limpia que permiten no solo el disfrute de todos los bañistas sino que le hacen convertirse en el lugar ideal, cada año, para la celebración del Campeonato del Mundo de Winsurf y el Open Internacional de Pesca de Altura.

Fuerteventura es la única isla del archipiélago rodeada de calida arena y bañada por un mar turquesa. Con 22º de temperatura media anual. Toda su costa está ocupada con playas de kilómetros de longitud que abrazan una zona interior llena de peculiaridades, como un mágico desierto sobre el atlántico. Fuerteventura es una isla donde se vive el efecto de la luz entremezclada con los tonos azules y verdes del mar y el color arcilla y caliza claras. La naturaleza se muestra irreal y sosegada con dunas y palmerales que recuerdan la vegetación africana.

La riqueza natural unida a una variada oferta cultural, propia de una población: "la majorera", conocida por su laboriosidad y tenacidad, hacen de la isla un lugar privilegiado para el turismo.

La isla tiene 1.658 kms cuadrados, la segunda en extensión de toda Canarias. Posee extensas planicies con un eje central formado por una llanura alargada, al contrario de lo que sucede en el resto de las islas.

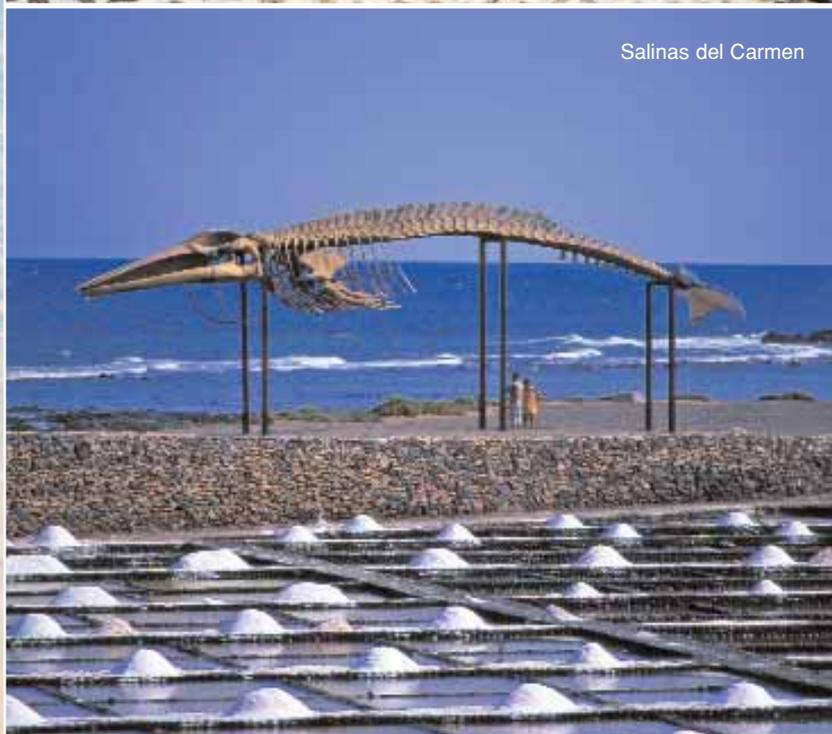
Posee 6 municipios: La Oliva, Puerto del Rosario, Betancuria, Antigua, Tuineje y Pájara.



Volcán Escanfraga



Alcogida



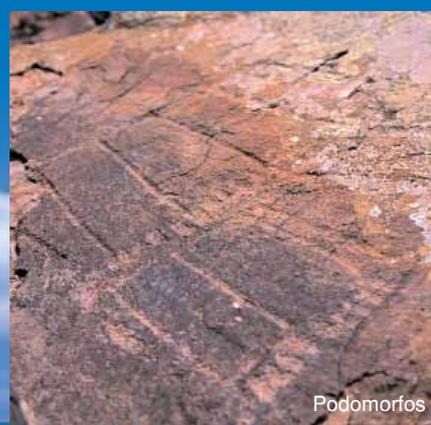
Salinas del Carmen

La población se mantiene estancada en alrededor de los 70.000 habitantes.

El origen de sus habitantes es de procedencia "bereber", del norte de África.

El sistema productivo tradicional está basado en la agricultura, la ganadería, (de donde provienen los famosos quesos majoreros), y en escasa medida la pesca.

La isla tiene numerosos espacios naturales como el islote de Lobos, el Parque Natural de Corralero, La Montaña de Tindaya, etc.



Podomorfos

La gastronomía majorera tiene como base el pescado y los productos de la tierra, acompañados de la típica salsa canaria: "el mojo", las papas arrugadas, la carne de cabra, la carne de cochino, el "sancocho" de pescado, es una de las especialidades de la isla, también los tollos y los quesos antes mencionados.

La oferta de alojamiento es muy amplia con establecimientos de todas las categorías, desde hoteles de 5 estrellas a casas rurales, apartamentos, alberges y campings. Están presentes en la isla las cadenas hoteleras Iberostar, Barceló, Riu, Atlántida, Hesperia, etc. ○

*Fotos cedidas por el Patronato de Turismo de Fuerteventura*

Toda la información que desee sobre Fuerteventura, puede solicitarla en el:

**PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA**

Teléfono: 928 85 06 17  
y en su página Web:

[www.fuertventuraturismo.com](http://www.fuertventuraturismo.com)

Entrevista a

# Teresa Caramé, Directora General de Turismo del Ayuntamiento de Madrid



Fotos Sector Ejecutivo

***Durante 2006 visitaron Madrid más de tres millones de extranjeros, un 45% del total de turistas que recibe la capital, volviendo a ser el primer destino turístico de España. Teresa Caramé nos expone los principales ejes de actuación en política turística.***

***-¿Cuál es el nº de turistas extranjeros que han visitado la capital en 2006?***

Durante 2006 visitaron Madrid, 3.035.754 extranjeros, lo que representado un 45% del total de turistas que ha recibido la capital. Nuestro objetivo es incrementar el número de turistas extranjeros que nos visitan y diversificar sus mercados de origen, así como superar la estacionalidad de la demanda.

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

El Ayuntamiento ha destinado casi 20 millones de euros a la promoción turística de la ciudad, dirigidos a conseguir los siguientes objetivos: afianzar el turismo como sector clave de cara a la inversión y el empleo en la Ciudad; posicionar la capital 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 por último, fidelizar al turista mediante la calidad y la excelencia en el servicio.

***-¿Qué hace el Patronato de Turismo para promocionar Madrid en el exterior?***

En primer lugar, se lleva a cabo una importantísima inversión en publicidad que junto a la comunicación, son fundamentales para dar a conocer un destino turístico. Por otro lado queremos potenciar los city breaks; por ello, trabajamos con las agencias de viajes para crear paquetes turísticos destinados a mercados cercanos. Asimismo, asistimos a ferias y salones profesionales tanto nacionales como internacionales; organizamos viajes de familiarización para agentes de viajes y medios de comunicación extranjeros; realizamos presentaciones de la ciudad en el extranjero; y participamos en talleres de trabajo y jornadas promocionales con Turespaña. En consonancia con la intensificación de nuestras actuaciones en el mercado internacional y a fin de fidelizar al turista extranjero, estamos reeditando todo nuestro material 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".

***-¿En qué mercados exteriores está previsto promocionar Madrid?***

Pretendemos por un lado, consolidar mercados ya tradicionales como los de la Unión Europea (Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y Portugal) y, por otro, continuar con el crecimiento de los mercados norteamericano y japonés con el Plan Japón, que tras cumplirse el primer aniversario de su puesta en marcha, ha logrado recuperarlo, 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 nacional, ¿en qué Comunidades Autónomas en concreto?***

Para nosotros el mercado nacional es importante en su totalidad y estamos presentes con campañas de publicidad en todas las Comunidades Autónomas. No obstante, Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana son nuestras principales regiones emisoras de turis-

**Consolidar los mercados tradicionales y abrir nuevos emergentes**

## Madrid, destino turístico de negocios, congresos e incentivos

tas. 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 torneos de golf en todo el área mediterránea.

### -¿Cómo se podría promocionar mejor Madrid en el extranjero para convertirla en un destino turístico de negocios, congresos e incentivos?

El proceso de captación de congresos es lento y laborioso. Existe un trabajo muy profesionalizado que se hace a través de la Oficina de Congresos de Madrid; donde no sólo participa el Ayuntamiento de Madrid, sino también IFEMA, los Palacios de Congresos y empresas privadas del sector turístico. Con esta finalidad, se asiste a ferias y salones profesionales internacionales especializados en turismo de negocios; realiza presentaciones en ciudades extranjeras ante las principales autoridades turísticas del país, organizadores profesionales de congresos, agencias de viajes especializadas, asociaciones, empresas generadoras de reuniones e incentivos; participa en asambleas 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.

### -¿Realizan alguna acción dirigida a prolongar la estancia media de los turistas e incrementar su gasto medio?

En líneas generales, el comportamiento de los turistas está cambiando y la estancia media se está reduciendo en todos los destinos. Ahora en un viaje se quieren conocer más ciudades en menos tiempo. Trabajamos para presentar a nuestros visitantes propuestas variadas, interesantes y atractivas que les inviten a permanecer más tiempo en

nuestra ciudad. Además, desarrollamos productos turísticos, como la tarjeta **Madrid Card** en sus diferentes modalidades, el programa de visitas guiadas **Descubre Madrid** o el producto de compras Shopping VIP-Pack para fomentar también el gasto entre nuestros visitantes.

### -La continua apertura de nuevos hoteles sin ir paralelo a un incremento de la demanda ¿pondrá en peligro esta situación y se pensará más en su rentabilidad?

La evolución del turismo en Madrid ha estado acompañada de un constante incremento de la oferta hotelera de la ciudad, que ha pasado de las 54.752 plazas en 2003 a las 76.660 actuales, lo que supone un crecimiento del 40%. El dato es especialmente significativo si se considera que de estas plazas, repartidas en los 896 establecimientos, más del 60% se encuentran en hoteles de 4 y 5 estrellas, lo que supone una apuesta por el turismo de calidad. El aumento de la oferta hotelera, sin embargo, no ha evitado que se incremente también la tasa de ocupación: entre 2003 y 2006 ha aumentado en 3,3 puntos de media, hasta alcanzar un 54,8% de media este año.

### -¿Qué opina sobre el funcionamiento del Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE)?

El turismo es una actividad cuyo desarrollo exige seguridad, porque probablemente éste es el aspecto más sensible a la confianza que una ciudad transmite a sus visitantes. Por ello, el Patronato de Turismo de Madrid puso en marcha este servicio en el verano de 2001. Desde noviembre del año pasado y a raíz de un convenio y un protocolo suscritos entre el Ayuntamiento y la Delegación del Gobierno en Madrid se ha consolidado esta iniciativa que se presta desde entonces de forma permanente. De esta forma, Madrid es la única ciudad española en donde una comisaría de la Policía Nacional ofrece un trato personalizado al turista extranjero durante los 365 días del año. El SATE me parece un servicio excelente a fin de reducir al mínimo las consecuencias de cualquier experiencia negativa en nuestra ciudad y que la imagen de Madrid se asocie a un exigente concepto de calidad, vocación de servicio, profesionalidad y eficiencia, invitando a los turistas a continuar con normalidad su estancia en Madrid, repetir su visita e, incluso, recomendar nuestra ciudad a las personas de su entorno.

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

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 instalaciones deportivas, infraestructuras turísticas, transporte público, redes de comunicaciones, establecimientos de hostelería y de comercio al por menor. Muchas de ellas funcionarían como espacios polivalentes, lo cual beneficiaría sin duda al turismo de negocios, ya que Madrid contaría con un número mayor de sedes para la celebración de reuniones y eventos. Según un informe elaborado para conocer el posible impacto económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012, basado en los resultados experimentados en otras ciudades que organizaron los Juegos, se estima que atraería al menos a 1.500.000 personas al año. El aumento en el número de turistas respecto a los valores habituales 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?

Además de la estancia y el gasto medio, que intentamos que sea superior, la estacionalización es otro de los puntos débiles del turismo de la Ciudad de Madrid. fomentar la oferta turística de la ciudad en una temporada concreta, sobre todo verano y navidades, y de esta forma lograr un número homogéneo y constante de turistas a lo largo de todos los meses del año. Siempre hay algo que mejorar. Nosotros trabajamos cada día para que Madrid tenga el reconocimiento internacional que se merece y esté considerada entre las principales ciudades del mundo desde el punto de vista del turismo. ●

José Antonio Fernández Cuesta



Fotos Sector Ejecutivo

## BUENAS PERSPECTIVAS DEL TURISMO PARA 2007

Como ya es tradicional en la rueda de prensa convocada por **Exceltur** previa a **Fitur**, se presentó el balance del año turístico 2006, con resultados favorables, gracias a factores como la alegría del consumo de las familias en la mayoría de los principales mercados emisores europeos; el elevado dinamismo de la demanda nacional; las reiteradas ventajas que ofrece España frente a otros mercados competidores en sol y playa; el notable y generalizado tirón intraeuropeo de escapadas a destinos urbanos y el buen comportamiento de los viajes de negocios. Las ventas se han incrementado en todos los sectores que componen la cadena de valor turística, mejorando los niveles de beneficios, según refleja la opinión mayoritaria de los empresarios. Por lo que se refiere a los gastos por turismo del exterior que recoge el Banco de España, se han mantenido prácticamente estancados en los niveles de 2005 en términos nominales, lo que supone un considerable y nuevo retroceso en términos reales. Por sexto año consecutivo, según **Exceltur**, se reduce el gasto medio real por turista extranjero en un 7%, a pesar de haberse ele-

vado la estancia media en alojamientos hoteleros. Las perspectivas del año 2007 vendrán marcadas por un escenario de menor crecimiento del consumo de las familias europeas, aunque manteniendo un mayor dinamismo el consumo de las españolas; una estabilización del precio del crudo que favorecerá la estabilidad de las tarifas de transporte; una apreciación moderada del dólar frente al euro que favorecerá los destinos en moneda euro; el aumento de conexiones aéreas que favorecerá en especial a los destinos urbanos y la celebración de la

America's Cup que, además de Valencia, potenciará notablemente la imagen de España. Para 2007, se estima que las pernoctaciones hoteleras aumentarán un promedio del 4,2% y los ingresos turísticos extranjeros, un 2,9% en términos nominales lo que supondría un nuevo retroceso en términos reales del ingreso medio por turista. En conclusión, las expectativas de los empresarios turísticos españoles son mayoritariamente positivas tanto en ventas como en beneficios. ●

J.A.F.C.



De izquierda a derecha: **Abel Matutes Jr.**, Fiesta Hotels & Resorts; **Simón Pedro Barceló**, vocal de Exceltur y co-presidente de Barceló Corporación; **Abel Matutes**, vocal de Exceltur y presidente fundador de Fiesta Hotels & Resorts; **Fernando Conte**, vicepresidente de Exceltur y presidente de Iberia L.A.E.; **José María Rossell**, presidente de Exceltur y presidente de Hoteles Playa Senator; **Gloria Fluxá**, vocal de Exceltur y adjunto a presidencia de Grupo Iberostar; **Joan Gaspard**, vocal de Exceltur y presidente del Grupo Husa; **Pedro Luis Cobiella**, vocal de Exceltur y presidente del Grupo Hospitén y **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de Exceltur.



### Miguel Mirones, presidente del ICTE, hace entrega de la Qf de calidad a 30 establecimientos de Castilla la Mancha

\* Las certificaciones turísticas de Calidad corresponden a los reconocimientos obtenidos durante 2006 a 30 establecimientos de la Comunidad de Castilla la Mancha.

El Presidente del ICTE hizo entrega, junto con el Consejero de Industria y Tecnología de la Comunidad manchega, José Manuel Díaz-Salazar, de los certificados acreditativos de la marca "Q" de Calidad Turística, otorgados a 30 establecimientos, y que avalan el proceso de implantación, auditoría y certificación de las normas de calidad turística del

Instituto.

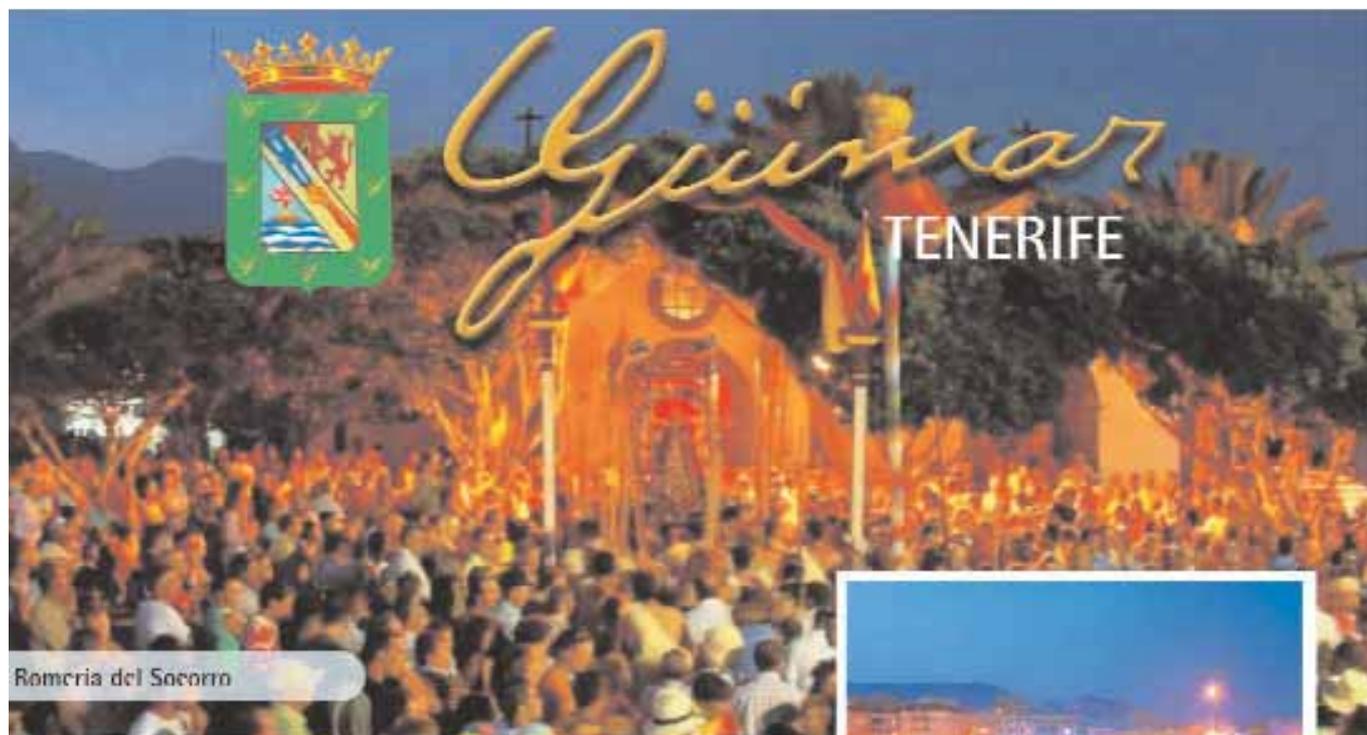
Castilla la Mancha es una de las Comunidades Autónomas que más ha crecido en número de establecimientos turísticos con "Q" de Calidad.

Por provincias, Albacete cuenta con 25 certificaciones; Ciudad Real, 15; Toledo, 13; Cuenca, 9 y Guadalajara, 6. ●

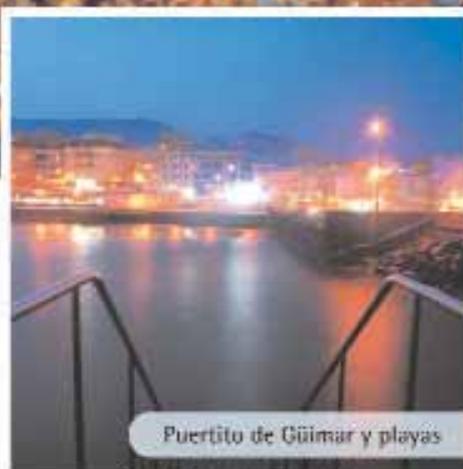


### La Semana Santa de Lorca, declarada de Interés Turístico Internacional

La Semana Santa de Lorca, una de las celebraciones religiosas más singulares que se celebran en la Región de Murcia, ha sido declarada, por el Ministerio de Industria y Turismo, de Interés Turístico Internacional. Hay que destacar que con esta declaración, la Región de Murcia ya cuenta con cinco eventos culturales de Interés Turístico Internacional. ●



Romería del Socorro



Puerto de Güímar y playas

## CAUCE DE HISTORIA, NATURALEZA Y TRADICIONES

En el Surcalle de Tenerife, Güímar se prepara para las fiestas de carnaval. Con un programa completo de actividades y eventos, destaca el viernes 3 de febrero Las Burras, tradición güimarrera recuperada el siglo pasado donde, en medio de las calles, escoltándose de edificios y plazas del casco histórico, se desarrolla la lucha entre el bien y el mal señalando la finalización de Don Carral y comienzo de la Cuaresma.

Visitar Güímar cualquier poca del año es ver y disfrutar la historia viva de Tenerife desde la época prehispánica: Sitios de Interés arqueológico como Chinguaro, residencia de invierno de los aborígenes del meneyatal de Güímar o Guymad. Aménser con las rutas guiadas a través de la evolución arquitectónica civil y las

religiosas del casco histórico y camino del socorro declarados Bien de Interés Cultural. Aprender de las infraestructuras agrarias y del agua, con visitas e información escrita y documentada de galerías, pozos, acequias, canales, tanquillas de distribución, acueductos, hidroeléctrica (la hidro), molinos de Chacaica, los churrus y lavaderos. Un parque temático único en las Islas Canarias: Parque Etnográfico Pirámides de Güímar, donde las teorías de Thor Heyerdahl le llevarán de la mano por las antiguas civilizaciones. Disfrutar de las muchas fiestas y romerías a lo largo del año como la de El Socorro: de las más antiguas de Canarias, con su Bajada y posterior Subida; San Antonio Abad, que nos recuerda el mundo rural del que formamos parte los güimarreros. La danza de las Cintas en Güímar delante

del patrón San Pedro Apóstol sin darlenuca la espalda, mantenga una de las danzas más características de Tenerife.

Excursionismo, senderismo, trekking y turismo en cualquiera de sus 5 espacios protegidos con diferentes categorías, teniendo un 45% del territorio protegido, a través del camino real, senderos y veredas, cruzando de mar a cumbre y de lado a lo mastado el municipio.

Si lo que desea es la práctica de otros deportes más amesgados,

parapente, rappel en barrancos, equitación, RII y bicicleta a lo largo de las diferentes carreteras y pistas agrícolas del municipio, es Güímar un lugar idóneo para el aprendizaje y práctica especializada.

En Güímar con playas bastante buenas y varias de ellas preparadas los accesos para discapacitados, destacan la de La Entrada en El Socorro, El Puerto de Güímar con el Cabezo y las calas y piscinas naturales de El Tablado, Los Kananeos y Punta Prieta. Con un Club Náutico, donde se desarrollan actividades marinas y



Bodega en Güímar



Pirámides de Güímar



Avda. Obispo Pérez Góchez, 16 - 38500 GÜÍMAR - TENERIFE

# MADRID!

## UNA CIUDAD VOLCADA CON EL TURISTA

*La Ciudad de Madrid se ha posicionado un año más como el primer punto turístico dentro de nuestro país. En 2006 se ha batido un auténtico record de viajeros, pernoctaciones, plazas hoteleras y personal ocupado en este sector, lográndose un hito histórico de más de 6,7 millones de viajeros.*



Interior del Palacio Real

**E**stos buenos resultados adquieren mayor importancia si se tiene en cuenta que el turismo es uno de los sectores de mayor crecimiento futuro y de mayor intensidad en la creación de empleo.

En la apuesta por este sector clave de la economía, el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid ha incrementado su **Presupuesto para Turismo** durante este 2007 hasta superar los 23 millones de euros, de los cuales casi 19 irán dirigidos exclusivamente a la promoción turística de la ciudad.

Cada una de las acciones que se diseñan y se ponen en marcha buscan la máxima eficacia. Esta es la máxima que rige la política enfocada a los nuevos mercados estratégicos como son el japonés, el ruso o el chino.

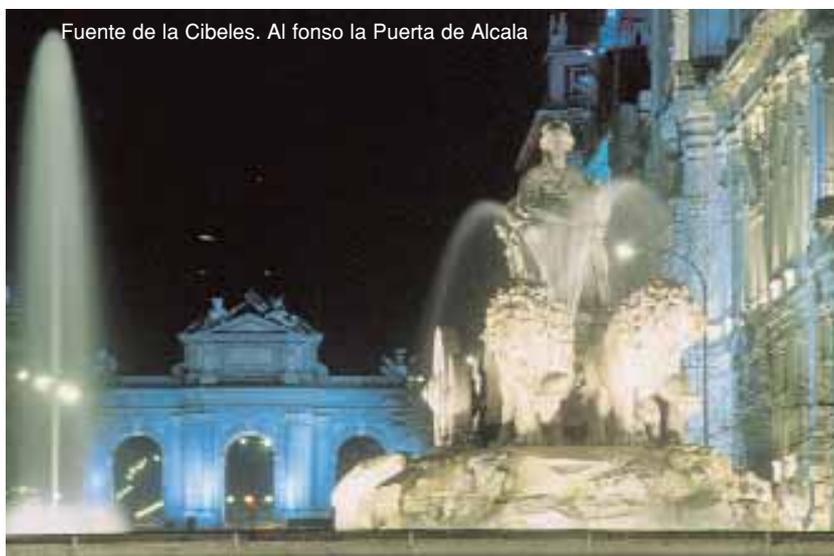
La promoción de aspectos como el turismo cultural, de ocio, gastronómico, de compras y deportivo, así como la potenciación y mejora de la atención al turista, acabarán de definir la política de excelencia turística que el Ayuntamiento de Madrid ha puesto en marcha.

Entre las acciones emprendidas por el Patronato de Turismo de Madrid para

optimizar la información y orientación al turista a fin de fidelizarlo, destaca la apertura en el mes de abril de un nuevo **Centro de Información Turística y Cultural en Colón**, que completará a la actual infraestructura de información turística compuesta por el Centro de Turismo de Madrid en la Plaza Mayor, y los puntos permanentes de las plazas de Callao, Cibeles y la terminal 4 del

aeropuerto de Madrid-Barajas, y el punto temporal situado en El Rastro.

Asimismo, el primer cuatrimestre de este año supondrá la finalización de las obras de ampliación y mejora del Centro de Turismo de Madrid, ya que se ha incorporado la zona **Madrid Vivo**, la cual, presenta de forma temática los diferentes recursos turísticos y culturales de la ciudad, a través de un gran



Fuente de la Cibeles. Al fondo la Puerta de Alcalá



Museo Nacional del Prado

mapa de la ciudad y de diferentes audiovisuales y planos temáticos.

Por otro lado, la firma del Convenio de Colaboración entre la Dirección General de la Policía y el Ayuntamiento de Madrid en octubre del año pasado, con respecto a seguridad ciudadana, ha permitido la puesta en marcha de forma permanente del **Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE)**

en la Comisaría de Centro, convirtiendo a Madrid en la primera y única ciudad de España donde se ha implantado de forma permanente este servicio, cuya principal función es la atención personalizada, en los aspectos psicológico, lingüístico y legal, hacia el turista extranjero que ha sufrido cualquier tipo de incidencia durante su estancia en nuestra ciudad.



Mostrador de información



Punto de información



Museo Thyssen Bornemisza

### Productos turísticos

Uno de los aspectos sobre los que más demandan información los visitantes de la Ciudad de Madrid son los productos turísticos del Patronato de Turismo de Madrid.

La tarjeta Madrid Card acaba de estrenar una nueva modalidad, la **Madrid Card Tintoretto y el Retrato** creada para promover estas dos exposiciones que acogen hasta el mes de mayo los museos del Prado y Thyssen-Bornemisza al incluir la entrada a la colección permanente de estas pinacotecas y sus exposiciones temporales.

Esta tarjeta se suma a las ya consolidadas Madrid Card Completa, Madrid Card Cultura y Madrid Card Niños. Además, durante este año 2007, se crearán nuevas modalidades más

acordes con las necesidades de los visitantes.

Todas estas tarjetas incluyen dentro de su oferta las visitas guiadas del programa **Descubre Madrid**, el cual está a punto de lanzar su programación 2007, ampliándose el número de visitas, que se realizan en un total de 6 idiomas, y redistribuyéndose la realización de las mismas, concentrándose la mayor parte durante los fines de semana.

Y por último el **Shopping VIP-Pack**, un producto creado para convertir a Madrid en el gran centro comercial del Sur de Europa. Este producto fomenta el turismo de compras de calidad en nuestra ciudad. Con él, los turistas pueden planificar sus compras con antelación y además, disfrutar de atenciones



preferentes, descuentos y regalos en más de 500 establecimientos comerciales de la ciudad. Este año estrena nuevo formato al constituirse en una única Guía de Compras y Hoteles, con toda la información sobre las zonas comerciales de la ciudad y las ofertas de alojamiento de los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad que participan en esta iniciativa. ●





## SIEMPRE UN PASO POR DELANTE

### Lanzando el nuevo catalogo 2008

*Costa Cruceros se adelanta al futuro y se adapta a la nueva tendencia de los españoles cada vez más orientada hacia la toma de decisiones a largo plazo para sus compras más importantes.*

**E**sto, en resumen, es lo que ha demostrado el estudio "Del last minute a la anticipación. La nueva era de los viajes organizados", que fué presentado el pasado 15 de febrero en Madrid, por el *presidente* de Costa Cruceros en España Luis Grau.

El estudio se ha centrado en investigar el comportamiento de los habitantes de cuatro países europeos (España, Italia, Francia y Alemania) en relación a la "programación anticipada" de las decisiones importantes que se toman a lo largo del año y, en concreto, en relación a la reserva de las vacaciones. El dato más relevante es que en la totalidad de estos cuatro países, el número de individuos que ahora se programan con mayor antelación que en los últimos 4 o 5 años, es sensiblemente superior a los que prefieren tomar las decisiones importantes en el último momento.



Luis Grau, durante la presentación del nuevo catálogo



De izda. a dcha.: Giorgio Costa, director de Marketing; Luis Grau, Presidente y Consejero Delegado y Pedro Costa, director Comercial

Por tanto a una tendencia común y pone de manifiesto la voluntad general de anticipar la programación de los acontecimientos más importantes del año.

**Costa Cruceros**, siempre adelantándose al futuro, con una gran antelación, ha presentado el **nuevo Catálogo Anual 2008**, que está distribuyendo a todas las agencias de viajes y cuya programación se puede consultar en la web [www.costacruceros.es](http://www.costacruceros.es).

El nuevo folleto de Costa ofrece novedades como cruceros a las islas Mauricio, Las Seychelles y el Océano Indico. Duplicará barcos a Dubai y los Emiratos Arabes. Con el Costa Allegra, todo renovado se ofrecerá cruceros a China, Filipinas, Malasia, Vietnam, Singapur, Brunei, Corea del Sur y Japón. Será la primera vez que tres buques navegarán por Sudamérica durante la temporada de invierno. Cuatro buques para descubrirle Norte de Europa, en el verano de 2008. Otro de los atractivos son los cruceros cortos por el Mediterráneo para viajes de Incentivos.

La reserva anticipada de las vacaciones permite disfrutar de una importante **ventaja económica**, es decir, *ahorrar* y *poder beneficiarse* de la mejor relación calidad-precio. Pero sobre todo, permite tener la **seguridad** de encontrar las vacaciones que uno va buscando en el período en el que desea partir, evitando así el riesgo con el que uno puede encontrarse al reservar en el último momento.

En este contexto, la tarifa *Ahorra Ya!* encaja a la perfección. Una revolucionaria política de precios, introducida en el mercado por **Costa Cruceros** como novedad absoluta en septiembre de 2005, que combina ventajas económicas con la máxima libertad de elección, pensada para quién reserva su crucero con antelación. ☺





## El Costa Serena inicia su andadura por el Mediterráneo para más de 6000 agentes de viaje de todo el mundo

**C**osta Cruccros, presentará oficialmente su nuevo buque insignia *Costa Serena* (Con una capacidad de 3.780 pasajeros y con un tonelaje de 112.000). Será entregado el 15 de mayo, con lo que será el décimo segundo miembro de la flota **Costa**.

La primera travesía del *Costa Serena*, será en un tour por el Mediterráneo a modo de presentación implicando a más de 6.000 agentes de viajes de todo el mundo (desde Europa hasta América pasando por el Medio Oriente). El tour incluirá escalas en Savona (17 mayo), Marsella (20 mayo), Palermo (22 y 23 de mayo) y Venecia (25 de mayo).

La ceremonia de bautizo será el 19 de mayo en Marsella. Una semana después, el 26 de mayo el buque saldrá desde Venecia, con un itinerario de 8 días por Turquía, y Grecia vía Bari (27 de mayo).

Cada domingo desde junio hasta noviembre el *Costa Serena* tendrá salidas desde el puerto de la ciudad de los canales de un crucero de 7 días con escalas en Bari, Olimpia (Grecia), Smirne y Estambul (Turquía), y Dubrovnik (Croacia). En invierno 2007/2008 el *Costa Serena* ofrecerá cruceros de 10 y 11 días a las islas

canarias saliendo desde Savona.

Será el mayor buque que ondee una bandera italiana: con 112.000 toneladas, 290 metros de eslora, 1500 cabinas y con una capacidad para recibir a 3.780 pasajeros, dispondrá de las principales innovaciones con las que cuenta su barco hermano el Costa Concordia, entre ellas: El Samsara Spa, uno de los mayores centros wellness jamás construido en un barco de cruceros (2.154 m<sup>2</sup>), 2 piscinas con techo de cristal corredizo, una en popa y otra en proa. Adicionalmente, la piscina central está coronada por una pantalla gigante de 18 m<sup>2</sup>, que puede ser utilizada tanto por el día como por la noche; Un simulador de Grand Prix, que reproduce fielmente la experiencia de la F1, etc..

Los menús del *Costa Serena* a través del "Club Bacco", y también restaurante a la carta. ●



## En Portugal

**C**osta Crociere -que en Portugal pasa a llamarse **Costa Cruzeiros**- refuerza su presencia en el mercado portugués, abriendo una oficina de representación en Lisboa.

La relación directa con las agencias de viajes para un incremento del conocimiento del producto en Portugal, facilitará y agilizará el trabajo.

La Representación de **Costa Cruzeiros** es asumida por Jorge Carreiras. ●



**PRINCESS CRUISES**

*escápese...completamente*

## Ofrece asistencia en español

**P**rincess Cruises ampliará respecto al pasado 2006 la asistencia en español en los buques de su flota. Esta asistencia incluirá los menús traducidos al español en los restaurantes así como la información en castellano en el Libro de Informaciones Generales de las cabinas de *todos los buques* de la flota en sus cruceros desde el 6 de mayo.

Además está confirmada la disponibilidad de guías de habla española en las excursiones opcionales programadas en las escalas de los buques *Star Princess*, por el Báltico 2007 y el *Emerald Princess*, por el Mediterráneo 2007.

Adicionalmente, para los cinco buques operando en Europa durante esta temporada 2007, existe la posibilidad de ofrecer los Programas del Día en español. ●



**Holland America Line**

*A Signature of Excellence*

## Los Grand Tours por Alaska, más atractivos que nunca

**L**os Grand Tours de **Holland América Line** por Alaska ofrecen ahora la ciudad de Vancouver como lugar de llegada y de salida. Sus CruiseTours de 19 y 20 días combinan un crucero de siete días con un recorrido por tierra que permite disfrutar de increíbles lugares y paisajes.

Pasar más tiempo en estos lugares permite disfrutar de los famosos Parques Nacionales de esta región. Los pasajeros pasan dos noches en Denali, Dawson City, Whitehorse y Anchorage (en el viaje de 20 días). Explorar en pequeños grupos la geología única

del Kluane National Park, donde se encuentran cinco de los siete picos más altos de Norteamérica; Tombstone Park, cerca de Dawson, una antigua región con paisajes únicos; y el corazón de Alaska interior, el Denali National Park, incluyen una noche en Tok, Fairbanks y Skagway. ●



## Carnival

### Los cruceros Freedom por Europa

Las familias persiguen opciones vacacionales atractivas, capaces de ofrecer experiencias emocionantes y gratificantes. Y los cruceros por Europa, que combinan la oportunidad de explorar ciudades con siglos de antigüedad con las comodidades y servicios de un "resort flotante" constituyen las vacaciones ideales para personas de cualquier edad.

El nuevo *Carnival Freedom* de **Carnival Cruise Lines**, de 110,000 toneladas, ofrecerá divertidas actividades y amplias instalaciones para niños de todas las edades, en los dos itinerarios programados por Europa, muy diferentes el uno del otro, que visitarán los destinos más espléndidos de la región.

El nuevo SuperLiner, con capacidad para 2.974 pasajeros, en servicio desde el 5 de marzo de 2007 iniciará una programación de cruceros de 12 días por el Mediterráneo y el Mediterráneo y las Islas Griegas desde el 14 de marzo de 2007. Todos los cruceros realizarán viajes de ida y vuelta desde Roma (Civitavecchia).

Más información en agencias de viajes o [www.carnivalcruise.com](http://www.carnivalcruise.com).

## HURTIGRUTEN

### Explorará Groenlandia y la Antártida con su nuevo navío MS Fram

La nueva temporada 2007 incluye importantes novedades con motivo del Año Polar Internacional organizado por ICSU (Consejo Internacional de Uniones Científicas) y de la WMO (Organización Meteorológica Mundial).

Para ello, la compañía noruega de cruceros de exploración incorpora a su flota el **MS Fram** para viajes por Groenlandia y la Antártida.

El nuevo navío, que saldrá de astilleros italianos atracará en los puertos españoles de Barcelona, Cádiz y Coruña, el próximo mes de mayo rumbo a Groenlandia.



### Lanza con éxito su programación 2007 en Fitur

**Hurtigruten** en 2007, propone para el público español nuevas actividades en su "Expreso del Litoral": 11 modernos navíos equipados para realizar con toda comodidad lo que Lonely Planet ha venido a denominar el "Viaje en Barco más hermoso del Mundo". Pero, además, ha dado a conocer sus otras rutas de exploración por Groenlandia, Spitsbergen y... Antártida.

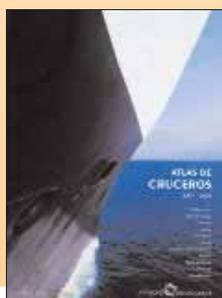


## UN MUNDO DE CRUCEROS

### Presenta, Atlas de Cruceros 2007/2008

Un mundo de Cruceros presenta su Atlas de Cruceros 2007 con toda la programación para este año, fácil para consultado rápidamente y poder elegir, en cada época del año, aquellos que mejor se adaptan al tema que quieras desarrollar para tu Medio.

Un Mundo de Cruceros representa y comercializa en España las mejores navieras del mundo, como: Carnival, Crystal



Cruises, Cunard, Fred Olsen, Go Barging, Holland América Line, Norwegian Cruise Line, Oceania, Orient Lines, P & O Cruises, Seabourn, SeaDream, Star Clippers, Thomson Cruises, Uniworld, Viking River Cruiseso WindStar Cruises. Su programación abarca todos los mares del mundo, todo el año y con distintos itinerarios.

Más información:  
[www.unmundodecrueros.com](http://www.unmundodecrueros.com)

## Royal Caribbean International

### En mayo, embárcate y disfruta de sus escapadas

**Royal Caribbean Internacional**, el próximo 3 de mayo pone en marcha sus nuevas escapadas. Este innovador proyecto permitirá embarcarse en cinco cruceros de 3 y 4 noches por el Mediterráneo. Estas cinco escapadas desde Barcelona, como puerto de embarque y desembarque, permitirán a los nuevos cruceristas disfrutar de una experiencia única a bordo del *Voyager of the Seas*, el mayor barco surcando el Mediterráneo.

Las escapadas de 3 noches partirán los días 3, 10 y 17 de mayo y llegarán hasta la Riviera Francesa ó Cerdeña. Las de 4 noches partirán los días 6 y 13 de mayo y visitarán Niza y Palma de Mallorca.

Las escapadas de **Royal Caribbean Internacional** son también la mejor propuesta para los viajes de incentivo y las convenciones de empresa.



## Operará con barcos de alta gama y dimensiones reducidas

- \* *La nueva empresa ha elegido el puerto español de Alicante como base de operaciones de su primer barco, Jules Verne*
- \* *El Holding es de capital suizo-alemán holandés*

Los barcos de alta gama y dimensión reducida, entre 260 y 400 camarotes, que realizan itinerarios exclusivos y alternativos marcan la estrategia de **Vision Cruises**. El holding **Vision Cruises** arranca con una inversión cercana a los 100 millones de euros, un staff directivo integrado por profesionales españoles y un barco de nueva generación, *Jules Verne*, que comenzará su singladura por el Mediterráneo el 28 de abril.

**Vision Cruises**, a través de **Visión Cruceros** (Representante General) ha ele-

gido la estrategia para operar dentro del mercado de los barcos con dimensiones reducidas, alta gama y en itinerarios muy cuidados.

El *Jules Verne* y el resto de barcos con los que operará **Vision Cruises** tienen las mismas ventajas que los hoteles de lujo con encanto. Su dimensión es más acogedora, se evitan aglomeraciones tanto dentro del barco, como cuando se llega a los puertos y se personaliza el servicio al máximo. "Estos barcos, como los hoteles con encanto, constituyen una alternativa a

los grandes trasatlánticos donde prima la cantidad. Es una nueva opción que cada vez tiene más adeptos en todo el mundo".



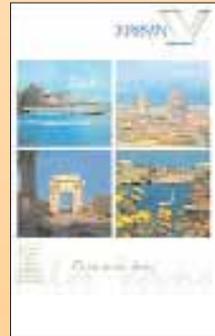
## Lanza al mercado su Folleto de Presentación

- \* *El catálogo detalla los sugerentes itinerarios del barco por el Mediterráneo y presenta el innovador estilo de la Marca*

**Vision Cruises** acaba de publicar su primer folleto en el que recoge sus propuestas para la temporada de primavera a otoño de 2007.

Una publicación moderna y atractiva que incluye extensa información sobre los itinerarios de su navío *Jules Verne*,

las características de la nave, así como el estilo de viajar de la Marca. Además de toda la oferta complementaria de calidad de vida a bordo, gastronomía, ocio y excursiones.



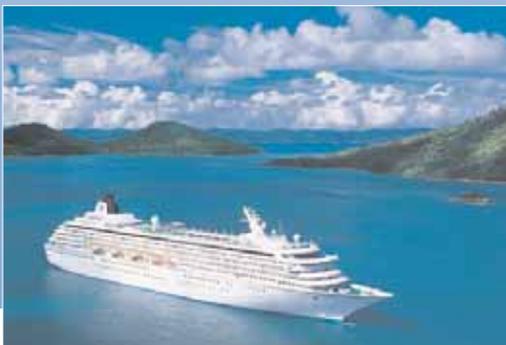
## CRYSTAL CRUISES

### St. Andrews y los campeonatos del lujoso crucero de golf Emerald Isles por Irlanda a bordo del Crystal Symphony

El único crucero por las Islas Británicas en la programación de los cruceros *Crystal 2007*, es un viaje de ida y vuelta de 11 días que parte el 20 de agosto de 2007 de Londres.

Una experiencia única para los aficionados al golf a bordo del *Crystal Symphony*, ofrece la oportunidad de jugar en el legendario Club de Golf escocés St. Andrews, así como en algunos de los campos de golf más sofisticados y pintorescos de Irlanda.

Podrán vivirse exclusivas aventuras de golf mediante la asistencia a conferencias a bordo, lecciones de golf y reuniones.



## Nuevo portal de cruceros: [www.mundomarcruceos.com](http://www.mundomarcruceos.com)

La nueva página web [www.mundomarcruceos.com](http://www.mundomarcruceos.com) ofrece información completa sobre la oferta de cruceros de las diferentes compañías marítimas representadas por el operador en España. Destaca el potente buscador que, en base a diferentes parámetros, es capaz de encontrar de forma cómoda y sencilla el crucero buscado. Además integra información muy completa sobre las diferentes compañías, barcos, cruceros, itinerarios, etc, incorporando mapas de los cruceros y fotografías de los buques.

**Mundomar Cruceros** tiene acuerdos con las principales compañías marítimas, ofreciendo disponibilidad y reserva inmediata "on line" en *Crystal Cruises*, *Princess Cruises*, *Holland América Line*, *Norwegian Cruise Line*, *SeaDream Yacht Club*, *Oceania Cruises*, *Go Barging*, *Orient Lines*, *Uniworld* y *Star Clippers*.



## La Primera Villa del Libro en España que se promueve en Ureña

*\* La Diputación de Valladolid la presenta en Madrid*



**E**l presidente de la Diputación de Valladolid, Ramiro Ruiz Medrano, presentó en el Hotel de las Letras de Madrid, el *Proyecto de la primera Villa del Libro de España*, que la institución provincial promueve en Ureña y que el presidente de la Junta de Castilla y León, Juan Vicente Herrera Campo, ha inaugurado recientemente.

En el acto se presentó un multimedia para explicar el proyecto de la Villa del Libro en Ureña, el escritor y académico Luis Mateo Díez, Premio Nacional de Literatura, expuso brevemente lo intere-

sante de este proyecto para lectores y escritores, finalizando el acto con unas palabras del presidente de la Diputación.

### La Villa del Libro: el Concepto

El proyecto denominado *Villa del Libro* es una acción integral de cultura y turismo en el medio rural vallisoletano, cuyo fiel es el libro y los sectores relacionados con él. El objetivo es que se convierta en un instrumento catalizador del desarrollo económico, turístico y cultural de la localidad seleccionada para albergar el proyecto y de la zona en que se inscribe, fomentando así el empleo, el asentamiento de la población emprendedora o el desarrollo sostenible.

El modelo tiene numerosos antecedentes que han avalado la implantación en España. Con distintos nombres según su lengua de origen ("book-town", "village du livre", "buchdorf", "villaggio del libro") existen desde Norteamérica a Asia y Australia un conjunto destacado de pequeñas poblaciones que desarrollan ese proyecto cultural y artístico que toma el libro como eje articulador.

Ureña es una hermosa villa medieval situada en la plenitud de ese formidable baluarte natural de la paramera de los Montes de Torozos, un relieve que sirve de bisagra entre la campiña vallisoletana y una de las comarcas españolas de mayor abolengo, la Tierra de Campos. Está situa-



Ramiro Ruiz Medrano, presidente de la Diputación de Valladolid, durante la presentación

da al noroeste de la provincia de Valladolid, a 2 km. De la Ap-6 (Madrid-La Coruña), y muy cercana al aeropuerto de Villanueva. ●



## 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 06- 91 721 02 52 - Fax. 91 721 06 77



## Convenio de colaboración educativa

Estudiantes de la Universidad Europea Miguel de Cervantes realizarán prácticas de formación en la Oficina de Información Turística que la Diputación de Valladolid promueve en el Palacio de Pimentel, que ha mejorado su imagen y servicios, para ello el presidente de la institución provincial y el rector de la institución académica firman un convenio de colaboración educativa, que permite conocer el Palacio de Pimentel, sede de la Diputación de Valladolid, además de ofrecer a los visitantes información de la oferta turística provincial a través de folletos y de internet. ●



## Tourist Travel Tv, el primer canal de TV para turistas en Internet

**W**ww.touristtravel.tv es un portal dedicado al turismo y el tiempo libre, para proporcionar al internauta todas las herramientas necesarias a la hora de elegir un destino, medio de transporte, alojamiento y actividades a realizar en sus vacaciones. El portal en un gran punto de partida donde converjan noticias del sector, ofertas de billetes, alojamientos, etc. pero también tiene cabida una nueva forma de entender la comunicación audiovisual en Internet.

**Tourist Travel Tv** está compuesto por spots o programas que van desde los 25 segundos hasta los 15 minutos distribuidos en segmentos temáticos: Arte & Cultura, Sabores del Mundo, Hoteles con Estilo, Turismo de Lujo, Destinos y Curiosidades. ●



**DIPUTACIÓN DE VALLADOLID**

## Reabre las actividades del barco turístico del Canal de Castilla y del Museo de las Villas Romanas Almenara-Puras

**E**l barco turístico "Antonio de Ulloa" entre Medina de Rioseco y Villanueva de San Mancio y Tamariz de Campos ha comenzado su actividad tras permanecer en el dique seco para pasar las inspecciones técnicas pertinentes y realizar obras de reparación y mantenimiento. El Museo de las Villas Romanas de Almenara-Puras,

situado entre los términos municipales de las localidades mencionadas, podrá ser visitado de martes a domingo, tras haberse llevado a cabo en el mismo una serie de obras de adecuación y mantenimiento. ●

Más información, en [www.diputaciondevalladolid.es](http://www.diputaciondevalladolid.es)



## La OMT integra en su organización al instituto para la Calidad Turística Española

**E**l Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo ha aprobado la candidatura del Instituto para la Calidad Turística Española en calidad de Miembro Afiliado. Este acuerdo deberá ratificarse en la Asamblea General que celebrará la OMT en Cartagena de

Indias, Colombia, en Noviembre de este año.

No obstante, el ICTE participará a partir de ahora de todos los derechos y obligaciones que le confiere el estar asociado a la OMT, como son el hecho de participar activamente en las actividades de la Organización. ●



**TURISMO DE CÓRDOBA CONSORCIO**

## La Puerta del Puente

**E**l pasado 9 de marzo, el **Consortio de Turismo de Córdoba** abrió a la visita turística la **Puerta del Puente**, tras la restauración llevada a cabo por la **Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía**.

*La gestión de la Puerta del Puente será realizada por el Consorcio de Turismo a través de la adscripción recibida por parte del Ayuntamiento de Córdoba.*

### La Puerta del Puente

Originariamente formaba parte de las murallas que cercaban la ciudad, conociéndose como puerta en la reconquista bajo el nombre de Puerta de Algeciras, ya que era ruta sureña de entrada a



Córdoba. En el siglo XVI, Hernán Ruiz III acomete una importante remodelación a causa de la visita de Felipe II a la ciudad, confiriéndole el monumental aspecto que podemos ver hoy en día. Realizada en tres cuerpos, cierra los dos extremos con columnas estriadas, dejando en el centro el vano adintelado coronado con frontón curvo. A principios del siglo XX se independiza de las construcciones que la flanqueaban y se rebaja el terreno hasta recuperar la altura original. ●



## Profesionales de 170 países / regiones han participado en esta edición

**(Fitur) 2007**

**\* El certamen ha celebrado su edición más internacional, registrando la mejor participación de su historia gracias a las 13.190 empresas expositoras con más de 151.700 profesionales**

**C**on más de 151.700 profesionales participantes -un 1,3% más que en la edición anterior- y el incremento de las operaciones comerciales

llevadas a cabo durante los cinco días de feria, transcurrió la vigésimo séptima edición de **Fitur 2007**, Feria Internacional de Turismo, que se ha celebrado entre el 31 de enero y el 4 de febrero de 2007. En este dato están

incluidos los más de 8.500 periodistas registrados, llegados de 62 países. Asimismo, el número de visitantes se completa con la cerca de 100.000 personas que se acercaron a las instalaciones de Feria de Madrid durante el fin de





semana del 3 y 4 de febrero, días en los que el certamen abrió sus puertas al público en general. Así, **Fitur 2007** recibió un total de 249.260 visitantes

De nuevo, la Feria Internacional de Turismo ha ocupado los diez pabellones de Feria de Madrid, cosechando un gran éxito de participación, con 13.190 empresas (+6,12%) y 853 expositores directos (+1,3%), de 170 países/regiones, en una superficie expositiva que en esta edición aumentó en un 2,9%, hasta superar los 90.100 metros cuadrados netos. Estos datos confirman el interés y el alto índice de fidelidad demostrado por expositores y visitantes en cada convocatoria. Igualmente, ponen de manifiesto la capacidad de la feria para dar a conocer las novedades más recientes del sector y "acercamos a las respuestas más eficaces a los retos del turismo en el siglo XXI", tal y como declaró S.M. el Rey Don Juan Carlos durante el acto de inauguración de la feria, el pasado 31 de enero.

Uno de los aspectos más notables de esta última edición ha sido el creciente alcance internacional de la feria, cumpliéndose uno de los principales objetivos de la Organización. En este sentido, cabe destacar la presencia por vez primera de nuevos países -Armenia, Azerbaiyán, Níger y Zimbabwe-, que han contribuido a que el 43% de los participantes directos en **Fitur 2007** fuesen extranjeros.

### Fitur Congresos

La octava edición de **Fitur Congresos**, Salón de Reuniones y Viajes de Incentivo, ha cerrado sus puertas con un nuevo éxito de participación, superando las cifras de la pasada convocatoria, al haberse celebrado un total de 4.600 entrevistas agendadas desde la propia organización. Los 151 vendedores nacionales y los 213 compradores internacionales procedentes de 30 países han mantenido dos intensas jornadas de trabajo, en las que ha quedado patente la calidad de la oferta congresual española. ●

Fotos: Report Color y AF



## AIR EUROPA

### Firma su entrada como miembro asociado en la alianza SkyTeam

**A**ir Europa, división aérea del Grupo Globalia, ha firmado su entrada como miembro asociado en la alianza *SkyTeam*, un ingreso que se prevé sea efectivo el próximo verano y que se realizará con Air France como patrocinador de la aerolínea.

De esta forma, **Air Europa** pasará a formar parte de una de las alianzas aéreas, que actualmente cuenta en su seno con diez miembros, Aeroflot, Aeroméxico, Air France, Alitalia, Continental Airlines, CSA Czech Airlines, Delta Air Lines, KLM Royal Dutch Airlines, Korean Air y Northwest

Airlines.

Con este ingreso en *SkyTeam*, **Air Europa** verá intensificada la sinergia con aquellas compañías incluidas ya en *SkyTeam* con las que mantiene acuerdos, como es el caso de Aeroméxico, Air France, Alitalia, Continental Airlines y KLM Royal Dutch Airlines, a la vez que podrá reforzar su colaboración con el resto de aerolíneas de la alianza.

Otra ventaja para los clientes de **Air**



Juan José Hidalgo presidente y M<sup>a</sup> José Hidalgo, directora general de Air Europa con Patrick Alexandre y Dominique Patry, directivos de Air France, en un momento de la firma del acuerdo

**Europa** de su ingreso en *SkyTeam* será la posibilidad de realizar una única facturación durante su viaje, incluso cuando éste conlleve hasta tres conexiones con dos miembros de la alianza.

Por su parte, *SkyTeam* contará con una red de rutas aún más amplia, ya que las rutas de **Air Europa** a 44 destinos de 15 países se sumarán a los cerca de 15.000 vuelos diarios a 728 destinos de 149 países que *SkyTeam* ofrece a sus 373 millones de clientes. ●

## BRITISH AIRWAYS

### La nueva cabina de Clase Business, protagonista del stand de la compañía en Fitur

**B**ritish Airways mostró en Fitur su nueva cabina de clase business: *Club World*. La compañía británica presentó por primera vez en España todos los secretos de su nuevo producto.

En el nuevo *Club World*, además de una cama completamente revolucionaria que adopta la posición "z", la compañía ha querido centrarse en diseñar el entorno de la cabina a fin de que los viajeros se encuentren en ella mejor que en sus

propias casas. Ligado a esto, las nuevas tecnologías también tienen una gran importancia en el nuevo *Club World*, ya que **British Airways** ha introducido el exclusivo servicio multimedia a la carta, que permitirá a cada pasajero la selección de películas, programas de TV, música y juegos para amenizar su viaje.

Las principales características de la nueva *Club World* son: Una cama de 183 cm. Totalmente plana y con una posición "z" que amplía la longitud de la cama a 201 cm; Pantallas electrónicas de privacidad; Compartimento para el ordenador portátil; Enchufe en el asiento de 110 v; Un mejorado sistema de entretenimiento a bordo de más de 100 películas y programas de televisión con pantalla digital de (10 pulgadas) y Club Kitchen a bordo, con snacks fríos y calientes entre las comidas. ●



## ZARAGOZA

### Más de 30.000 folletos se han entregado en el stand del Ayuntamiento en Fitur

*\* Los visitantes se han interesado por la oferta turística de la ciudad, así como por todo lo relacionado con la celebración de la Expo 2008*

**M**ás de 30.000 folletos se entregaron en el stand que el Ayuntamiento de Zaragoza, a través de Zaragoza Turismo, primero a los profesionales del sector turístico y durante el fin de semana al público en general, durante el pasado Fitur.

Por segundo año consecutivo el Ayuntamiento de Zaragoza ha estado presente con stand propio, mostrando la ciudad de Zaragoza como un destino turístico de calidad, así como por todo lo relacionado con la próxima celebración de la Exposición Internacional del 2008.

La imagen gráfica del stand con el lema "Zaragoza. Cuatro culturas. Un estilo de vida", y las proyecciones de vídeo han difundido la Zaragoza monumental, cultural, gastronómica, de congresos, así como la Zaragoza del presente, que está experimentando una gran transformación, y del futuro, que se está preparando de cara a la Expo 2008. ●

## COSTA CRUCEROS

### La compañía presentaba las últimas novedades en buques y servicios

**C**osta Cruceros, miembro de Carnival Corporation & plc, tuvo una gran acogida en Fitur. Este éxito se desgana por la afluencia de más de 50.000 visitantes, entre profesionales del sector y público en general,

para informarse y conocer las últimas novedades de la compañía.

**Costa Cruceros** disponía de un espacio de 180m<sup>2</sup> distribuidos en distintas zonas, principalmente, en: *Samsara Spa*, *Costa Serena* y *Costa Click*. ●

## MADRID

### La ciudad en Fitur

Este año el lema elegido para el evento fue "Siempre en Madrid", un lema plasmado en un diseño innovador y atrevido, donde predominan las líneas curvas y concéntricas, los colores blanco y negro y la luminosidad, creando un efecto visual atractivo y minimalista.

En el stand de la Ciudad de Madrid se exponía toda la oferta turística de la ciudad, vinculándose, cómo no, a la Marca Madrid, ya consolidada y presente en toda la decoración del stand, además de en todo el material informativo y promocional del que se hizo entrega al público visitante.

Con una superficie total de 1.055 metros cuadrados, distribuidos en áreas

diferenciadas:

**Zona plató de TV.** El área más importante con la atracción estrella del stand: el plató de esMADRIDtv, con una superficie de 49 metros cuadrados y una altura de 1,45 metros, donde se ofrecieron todos los actos programados por el Patronato de Turismo de Madrid.

**Zona 12 pilares.** Las últimas tecnologías de la información son las protagonistas. Cuatro puntos de acceso gratuito a la red en los que se podía acceder al portal [www.esmadrid.com](http://www.esmadrid.com), con información turís-



tica en seis idiomas: castellano, inglés, francés, ruso, chino, japonés; se intercalan con cuatro pantallas de plasma, en las que se emitían cuatro vídeos de Madrid promoviendo los doce pilares sobre los que se sustenta la oferta turística de la ciudad.

## BRASIL

### El turismo cierra 2006 como el mejor año de su historia

*\* Los turistas se dejaron 4.316 millones de dólares, un 11,77% más que en el año 2005*

*\* España es el noveno país que más viajeros envía a Brasil con casi 173.000 turistas*

El año 2006 se puede clasificar como el mejor de la historia turística de Brasil, en lo que se refiere a la entrada de divisas con la visita de extranjeros, desde que en 1969 comenzaron a contabilizarse la economía turística. Los turistas dejaron en el país 4.316 millones de dólares, el resultado es un 11,77% más que el alcanzado en el año 2005 con 3.861 millones de dólares.

**Estrategia** -Los resultados positivos del turismo de Brasil son fruto de una política de promoción en el exterior conducida por el Ministerio del Turismo, a través de Embratur (Instituto Brasileño de Turismo).

Todo el trabajo de Embratur está orientado por el Plan Aquarela - Marketing Turístico Internacional de Brasil-, que define la estrategia más adecuada para cada mercado y que divide Brasil en cinco segmentos turísticos para el mercado internacional: Sol & Playa; Ecoturismo; Cultura; Deportes; Negocios & Eventos.

## ANDALUCIA

### Un total de 154.200 personas visitaron el espacio expositivo en Fitur 2007

El espacio expositivo de Andalucía en la pasada edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) fue visitado, entre profesionales del sector y público en general, por un total de 154.200 personas, lo que supone un 8,3% más respecto a 2006, según la encuesta realizada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte durante el evento, celebrado en Madrid entre los pasados 31 de enero y 4 de febrero.

Este estudio recoge que de los visitantes al pabellón promocional de la oferta turística de la comunidad, 84.400 fueron profesionales, lo que supone el 56% de la cifra global de representantes del sector turístico que asistieron a la



feria. De ellos, el 62,7% afirmó haber realizado contactos comerciales o institucionales, y casi un 30% indicó que ha negociado o negociará algún tipo de acuerdo.

## SANTA CRUZ DE TENERIFE

### Balance positivo de su presencia en Fitur

Emilio Atiénzar, teniente de alcalde responsable de comercio, turismo y desarrollo local del Ayuntamiento capitalino, y consejero delegado de la Sociedad de Desarrollo, ha hecho un balance muy positivo de la promoción de la capital como destino cultural realizada en Fitur. Según el edil, los objetivos marcados para esta edición han sido ampliamente alcanzados, al haberse "dado a conocer la oferta cultural de Santa Cruz, y establecer contactos con profesionales del

sector para continuar la promoción de Santa Cruz como destino urbano especializado en productos turísticos como el turismo cultural, gastronómico, de naturaleza y el de cruceros, entre otros."



## TENERIFE

### Bermúdez afirma que Tenerife es y será líder del turismo nacional en Canarias

“**T**enerife es y seguirá siendo líder del turismo nacional en Canarias”. Así lo manifestó el vicepresidente del Cabildo y consejero insular de Turismo y Planificación, José Manuel Bermúdez, en Fitur, durante reuniones con representantes de los touroperadores nacionales y diversas compañías aéreas.

Las buenas previsiones para el mercado peninsular en 2007, “donde confían lograr un incremento del entorno a un 3% sobre el 6,9%”.

El consejero insular subrayó, la gran acogida que está dispensando la industria turística nacional a los nuevos productos de lujo de Tenerife, que incluyen ofertas novedosas como las villas del Gran Hotel Bahía del Duque o el Royal Garden Villa, así como el nuevo parque temático Siam Park, de inminente apertura,



o el centro de convenciones Magma Arte & Congresos.

Uno de los productos más demandados han sido los programas relacionados con el turismo en la naturaleza, el ocio activo y la cultura, así como los establecimientos dotados con centros de talasoterapia y atenciones exclusivas. ●

## COLOMBIA

### En Fitur 2007

**D**urante los días de Fitur 2007, miles de personas visitaron el stand de Colombia. La alegría y el colorido del Carnaval de Barranquilla, la música vallenata y el suave café servido por el propio Juan Valdez se han convertido en el centro de atención del Pabellón de América.

Colombia se ha volcado de lleno a esta feria. Una destacada delegación encabezada por el Vicepresidente de la República Francisco Santos, la embajadora Noemí Sanín, la Ministra de Comunicaciones María del Rosario Guerra, el Viceministro de Turismo Oscar Rueda, la directora de Colombia Pasión Angela Montoya, la gobernadora de Quindío Amparo Arbelaez Escalante, el de San Andrés y Providencia Alvaro Segundo Archibold y el alcalde de Medellín Sergio Fajardo han acompañado a las más de 60 Empresas Turísticas, Hoteles, y Asociaciones Gremiales. ●

## GIBRALTAR

### En Fitur

**G**ibraltar un año más acudió a Fitur con un amplio stand para promocionar su oferta turística. Con este motivo el Ministro de Turismo Joseph Holliday, al que acompañaban el director general del turismo de Gibraltar Nicolás Guerrero y el director de la Oficina de Turismo en Madrid Meter Kirkby, ofreció una recepción a la prensa en el

Hotel Melia Fénix, donde se refirió a la nueva conexión aérea con el Peñón desde Madrid por Iberia, que supone la oportunidad de Gibraltar como destino para escapadas cortas por un número mayor de visitantes procedentes de la península, ya que en cincuenta minutos de vuelo nos separan ahora.

Durante el acto se hizo entrega del II Premio de Periodismo Turístico que convoca anualmente la Oficina de Turismo de Gibraltar. En esta ocasión ha recaído en nuestra amiga Virtudes Rodríguez, por el reportaje “Gibraltar, un lugar diferente para casarse”, publicado en la revista AirClass. Un bonito y atractivo artículo que enseña un motivo más para visitar Gibraltar. ●

*El ministro de Turismo Joseph Holliday y el director general de Turismo de Gibraltar, Nicolás Guerrero*



## EGIPTO

### Nuevo récord al recibir más de 9 millones de turistas en 2006

**E**n 2006, más de 9 millones de turistas internacionales visitaron Egipto. La cifra total de turistas alcanzó los 9.030.000, un 5,5% más que en 2005, y bate un nuevo récord.

La mayor parte de los turistas que viajaron a Egipto procedían de Europa y de Oriente Medio. Los países que más turistas aportaron fueron el Reino Unido (con más de un millón de turistas), Rusia (con cerca de un millón de viajeros) y Alemania (con 786.000 visitantes).

En España, cerca de 150.000 ciudadanos decidieron viajar a Egipto durante el año pasado. Los datos de llegada de viajeros procedentes de España a Egipto crecieron especialmente en los últimos tres meses del año: un 44% en octubre respecto al mismo mes del año anterior, un 22% en noviembre y un 18% en diciembre.

Estos datos se conocieron en la rueda de prensa que, con motivo de la presencia de Egipto en Fitur, celebró el Presidente de la Autoridad Egipcia de Turismo, Ahmed El Khadem, y el Consejero de Turismo de Egipto en España, Magued Abousedera. El stand de Egipto en la Feria Internacional de Turismo, mostró los principales atractivos que este país ofrece a los turistas y está amenizado con bailes típicos y con la presencia de un faraón. ●

## ALICANTE

### La Diputación presentó en Fitur<sup>a</sup>

El Patronato de Turismo de la Costa Blanca crea un nuevo portal web que permitirá al usuario un vuelo virtual por la provincia y calcular rutas por carretera a nivel europeo.

Fitur acogió la presentación del proyecto de la web que incluye 5.000 puntos de interés georreferenciados, mapas interactivos y otras herramientas como cuaderno de viaje, el área profesional y la zona multimedia.

El Marq presenta en Fitur "Arte e Imperio: Tesoros Asirios del museo Británico", la muestra más completa de esta cultura que llega a España por primera vez.

Los presidentes de la Diputación de Alicante y de la UNDEF presentaron un escrito en apoyo a la declaración de las fiestas de Moros y Cristianos como Patrimonio de la Humanidad en el congreso de los diputados.

## JORDANIA en Fitur

Un año más Jordania ha estado presente en esta feria con un excelente stand, que como todos los años atrae a muchísimo público.

En la rueda de prensa que el director de la Oficina de Turismo de España, Pedro Oviedo ofreció a los medios de comunicación, que este año se volcaron con su asistencia. Resaltó no sólo los atractivos con los que cuenta Jordania, un país de cultura, belleza y con sorprendentes contrastes, pues es una tierra antigua y un Reino Moderno. Pero sobre todo, el mayor atractivo para el turista es: un país seguro, tranquilo y muy hospitalario, donde son muy bien acogidos los españoles que durante los pasados años han ido una media de más de 40.000 visitantes al año. Este año ha subido ya en este primer mes de enero un 10% más que el año pasado. La tierra del Antiguo Testamento y del Bautismo de Jesús, Petra, Aqaba en el Mar Rojo, el desierto del Wadi Rum y el Mar Muerto, son tan increíbles y tienen tan buena comunicación con España, que es un destino de primera categoría.



## IBERIA

Iberia celebró como viene haciendo todos los años en Fitur una rueda de prensa a los medios de comunicación en la Sala de reuniones de su stand.

En primer lugar se informó de los nuevos destinos que Iberia ofrece como Bostón, Bucarest, Argel y Gibraltar, (en la sección de compañías aéreas, damos información más detallada).

Adicionalmente, Felix García Viejobueno, director de Relación Cliente de Iberia, dio a conocer los datos de iberia.com durante 2006 y los nuevos proyectos de la web para este año con motivo de su décimo aniversario.

También fueron presentados los nuevos vinos que ofrece la compañía a bordo de



la Business Plus, seleccionados por "TodoVino", de la mano del sumiller Custodio L. Zamorra, presente en la rueda de prensa.

Al finalizar el acto, tuvo lugar una degustación de los nuevos vinos de la "Bodega Business Plus" acompañada de un cocktail.

## Túnez un año más en Fitur

La Oficina Nacional de Turismo de Túnez de nuevo y como lo viene haciendo año tras año al llegar Fitur, su Ministro de Turismo, Tijani Haddad con motivo de su visita oficial a Madrid y acompañado de la directora de Turismo Tunecino en España, Nehla Derouiche invitó a un almuerzo a los medios de comunicación.

El Ministro presentó datos, balance del pasado año y las perspectivas del turismo para este año.

Una vez más afirmó el buen comportamiento del turismo español para Túnez y su posicionamiento como uno de los primeros países en su mercado emisor, ya que Túnez tiene playas muy parecidas a las nuestras, pero los españoles buscan además otros des-

Nehla Derouiche, directora de la Of. de Turismo de Túnez en España y Hassine Zonaghim director para España y Portugal de Tunisair



El ministro de turismo Tijani Haddad en su intervención durante el almuerzo

tinios de calidad, como su cultura, su arte, su desierto y sus oasis.

Tijani Haddad indicó que este año la estrategia sería el desierto, la cultura, el golf, navegación, talasoterapia, bienestar, productos diversificados en la comercialización y ampliar su mercado llegando a lejanos países.

Tijani Haddad indicó que Túnez continuará como país cultural de congresos y Convenciones y Multidestino turístico. Seguirán dando preferencia a las normas de calidad y servicio en el sector hotelero, protección del medio ambiente, apertura de nuevas zonas turísticas y diversificación de la oferta entre otras medidas.

Finalizó el acto con una rueda de preguntas.

## En Italia hay Más

Bajo este eslogan, el director del ENIT para España y Portugal, Giorgio Nocchi, organizó una agradable "serata" a la que asistieron representantes de agencias de viajes, operadores turísticos y medios de comunicación, en la que participaron Eugenio Magnani, director general del ENIT en Italia, quien destacó los 34 años de exis-



tencia del "Ente", promocionando el turismo de Italia en todo el mundo, situando a este país entre los primeros destinos turísticos a nivel internacional; Davide Bertassello, director del mercado internacional de Meridiana, veterana compañía aérea italiana de **low cost**, con una amplia red de vuelos nacionales e internacionales a ciudades europeas como Ámsterdam, Barcelona, Londres, Madrid y París; Melania Angotta, responsable de ventas internacionales de Trenitalia, quien destacó las ventajas de viajar en tren por Italia por ser un medio ecológico, rápido y cómodo, que cada año es utilizado por mayor número de pasajeros y Lluís Martínez, director comercial de GRT Global Representación Turística, delegado de Meridiana en España, que anunció para la primavera, la puesta en marcha de nuevos vuelos diarios desde Madrid y Barcelona a Florencia, duplicando así la frecuencia actual. ○

## Roma y la región del Lacio

En la sede del consulado de Italia en Madrid, el ENIT y una delegación de operadores turísticos de Roma y la provincia del Lacio, compuesta por Diego di Paolo, coordinador APT y Francesco Ventura, presidente de la región del Lacio, respectivamente, acompañados del director del ENIT, Giorgio Nocchi y el vicecónsul italiano, Giorgio Biscari, presentaron los grandes atractivos turísticos que ofrecen a sus visitantes. Roma, encrucijada de cultura, representa la gran madre de todas las culturas y es el mayor museo a cielo abierto que se muestra en todos sus rincones, desde la edad prerromana hasta las obras de la arquitectura más vanguardista. Sin embargo es, sobre todo, la herencia antigua la que hace Roma única en el mundo, con su área del Foro Romano, la zona arqueológica más importante de la ciudad, el Coliseo y otros muchos lugares como el Palatino, las grandes Termas, el Panteón o las famosísimas plazas y fuentes, desde la Plaza del Campidoglio a Plaza Navona, de la Plaza de España a la Fontana de Trevi. Roma, meta clásica de viajes culturales, se ofrece hoy de una manera total-

mente renovada, con nuevos espacios expositivos, edificios restaurados, el nuevo y monumental auditorium y nuevos servicios de navegación por el Tíber, viajes en globo aerostático y otros alicientes con gran atractivo turístico. Pero la cultura también se halla difundida en toda la provincia del Lacio, con restos arqueológicos, catedrales y abadías, como la de Montecassino, palacios, castillos, fortalezas y murallas medievales, además de las extraordinarias villas señoriales como la famosa Villa d'Este, el litoral con playas e islas de gran belleza así como el lago más grande, el de Bolsena y el de Albano, nacidos en el cráter de sendos volcanes, al que se asoma Castel Gandolfo, residencia veraniega del Papa. ○



## Novara por descubrir

Otras de las presentaciones realizadas por el ENIT con motivo de Fitur, fue la de la provincia de Novara, en la región del Piamonte, durante la que directivos de empresas turísticas dieron a conocer la belleza y rico patrimonio artístico, histórico, cultural y paisajístico, así como el enogastronómico de la provincia. Novara llegó a ser municipio con Julio César, siendo durante la época imperial, uno de los más florecientes de Italia Septentrional, a cuyo periodo corresponden los numerosos vestigios conservados en el museo Cívico y en el Lapidario, con la muralla que circunda la ciudad. Uno de sus monumentos más admirados es la basílica de San Gaudencio, cuya construcción se remonta a mediados del siglo XV, coronada años más tarde con la magnífica cúpula, símbolo de Novara, de Alejandro Antonelli, gran arquitecto, urbanista e ingeniero. Además de otras magníficas obras en ciudades próximas, creó en Turín la célebre Mole Antonelliana, sede del museo del Cine. Otras edificaciones interesantes son la catedral neoclásica, la canónica, el baptisterio, el teatro Coccia, el castillo Visconteo y numerosas iglesias, palacios y museos existentes en toda la provincia, además del gran parque natural del Valle del Ticino que desde 1978 ha sido reconocido como el primer parque fluvial europeo, en las proximidades del lago Mayor. Además, dispone de una gran oferta culinaria con platos típicos, como el tapulón, estofado de carne picada, el risotto, las ranas y los embutidos, como el mazapán o embutido de pato. ○



## Nápoles y las Islas Partenopeas

Los casi dos kilómetros cuadrados de la provincia de Nápoles engloban 92 municipios, incluida la capital, dos parques naturales, una amplia y compleja riqueza de bienes culturales y artísticos, entre los que cabe citar las excavaciones arqueológicas de Pompeya, Herculano, Cuma y Oplonti, diversos palacios reales, edificios religiosos singulares y numerosos museos. La capital, Nápoles, posee el mayor casco viejo de Europa, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, habitado ininterrumpidamente durante 25 siglos, viendo pasar varias civilizaciones. En el golfo del mismo nombre se encuentra el archipiélago de las tres islas Partenopeas: Capri, Ischia y Prócida, las tres gemas del golfo, con clima saludable y agradable, representan uno de los paisajes más encantadores del planeta y durante siglos, ha maravillado a millones de personas. La azul Capri, con sus acantilados sobre el mar, está perforada por espectaculares cuevas, circundada por escollos de formas caprichosas y su gruta de fama mundial, ha sido frecuentada desde 1800 por artistas, escritores y poetas de todo el mundo. La verde Ischia, con su mar volcánico, naturaleza rica en montes y pinares, más de 300 estaciones termales, en donde la tradición de los tratamientos faciales y corporales se remonta a los antiguos romanos. La pequeña Prócida, la más silvestre de todas, antiguo poblado de pescadores, con el amarillo intenso y el perfume profundo de sus cítricos, acoge bajas arquitecturas mediterráneas, interrumpidas sólo por palacios de la aristocracia feudal, completa la trilogía que sigue exhibiendo sus bellezas naturales incomparables.

En la presentación participaron Dino di Palma, presidente de la provincia de Nápoles; Sergio Cargiulo y Antonio Longobardi, presidentes de la Federación Hotelera de Capri e Ischia, respectivamente; Giovanna Martano, asesora para el Turismo de la provincia y Giorgio Nocchi, director del ENIT para España y Portugal.



## ACCIONA TRASMEDITERRANEA Presenta en Fitur su tour operador

*\* Acciona Travelling ofrece paquetes turísticos basados en barco ida y vuelta más alojamiento en los destinos.*

**A**cciona Trasmediterranea presenta en Fitur su tour operador Acciona Travelling y se convierte en la primera naviera europea que ofrece directamente el barco con todo tipo de servicios terrestres.

Una manera habitual de viajar en otros países europeos que se abre camino en España de la mano de **Acciona Trasmediterranea**: Embarcar el coche en vacaciones para recorrer en destino circuitos diseñados a la medida de las necesidades y gustos de cada cliente, con reserva de alojamientos en hoteles.

Acciona Travelling, ofrece paquetes turísticos basados en barco ida y vuelta más alojamiento en los destinos, con posibilidad de añadir excursio-

nes para aquellos clientes que así lo deseen. La programación está dirigida a todos los destinos donde opera la compañía y sus alrededores. El nuevo producto se distribuye a través de Agencias de Viajes y de la Web [www.accionatravelling.com](http://www.accionatravelling.com).



## Participación de Centroamérica

Los siete países de Centroamérica -Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá- y la compañía aérea TACA Airlines han estado presentes en Fitur, con un stand completamente renovado. El Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli, inauguró el stand,

acompañado por los Ministros de Turismo de la región centroamericana. Un total de 107 empresas privadas centroamericanas como hoteles, líneas aéreas, receptivos, medios y páginas webs, han participado en la feria para comunicar las novedades de sus productos, sus nuevas rutas y la diversificación cultural con los que cuenta los países actualmente.

## LANZAROTE

En el marco de Fitur el consejero de Turismo del **Cabildo de Lanzarote**, Pedro San Ginés Gutiérrez, presentó los objetivos, las estrategias y las claves de trabajo que desarrollarán desde el Patronato de Turismo para el presente año. Desde los Centros Turísticos de Lanzarote, Consejería que también dirige como consejero delegado del Ente Público del Cabildo, presentaron el portal web [www.centrosturistico.com](http://www.centrosturistico.com). A dichos actos de presentación, se sumó una intensa y apretada agenda de reuniones diseñada estratégicamente para reforzar, analizar y estudiar el posicionamiento del destino Lanzarote frente al mercado turístico nacional y extranjero.

## El ICTE otorga los III Premios Qf a la Calidad Turística Española

La Junta Directiva del Instituto para la Calidad Turística Española acordó en su última reunión otorgar los **III Premios "Q"** a los Gobiernos de La Rioja y Castilla León, así como a las empresas Viajes Eroski, con 249 oficinas certificadas, y Cadena Hotelera Silken, con la mitad de sus hoteles certificados, ya que han realizado un esfuerzo muy importante en la implantación de la calidad de los distintos servicios que ofrecen, tanto a los empresarios, como a los usuarios.



Parador Hondarrabia (Guipúzcoa)  
Habitación Única Reina María Cristina



# HABITACIONES ÚNICAS, LA ESENCIA DE PARADORES

**H**abitaciones Únicas' es el producto de mayor lujo que ofrece la Red de Paradores y el de más éxito entre las personas que quieren disfrutar de una experiencia especial. De las casi 6.000 habitaciones que posee la Red de Paradores, se han seleccionado las 45 más especiales y emblemáticas, aquellas que en su día fueron morada de reyes y nobles, obispos y cardenales, y conocidos personajes históricos. En ellas coincide además la característica de que sus dimensiones y su arquitectura también las hace diferentes. Algunas son suites con vistas a un patio de armas y dimensiones increíbles, otras tienen altillos y ocupan la torre más alta del castillo...



Parador "Hostal dos Reis Católicos" (Santiago de Compostela)  
Habitación Única Cardenal



Parador "Hostal San Marcos" (León). Habitación Única "Torreón"

La estancia en una 'Habitación Única' está también salpicada de numerosos detalles y sorpresas. El producto, además, incluye una cena degustación que permite probar los platos más emblemáticos del establecimiento, así como un desayuno especial que se sirve en la habitación.

Todas estas sugerentes estancias están ubicadas en edificios muy antiguos y de gran belleza, como castillos, palacios, monasterios o conventos, que a menudo han jugado un papel destacado en la historia de España.

De entre las más singulares puede destacarse la Suite del Cardenal, en el *Hostal dos Reis Católicos*, en Santiago de Compostela. Una estancia de dimensiones espectaculares, con más de 500 años de antigüedad y próxima a la monumental plaza del Obradoiro, con la catedral de Santiago y sus pináculos gigantescos,

y una magia poderosa en el ambiente que hace que sean muchos los que afirmen que ese lugar es el centro del mundo. La habitación, además, está cubierta por un artesonado de madera del siglo XVI, con chimenea y mobiliario antiguo, donde destacan la doble cama con dosel de terciopelo rojo, un escritorio de estilo colonial del XVII, además de imaginería del XVI y algunos muebles de estilo popular español datados también en ese siglo.

El contrapunto a este aposento sería la moderna habitación de Don Juan Manuel, en lo alto de la torre del homenaje del *Castillo-Parador de Alarcón*, con acceso directo a las almenas, desde donde se pueden contemplar las hoces del Río Júcar. Con acceso individual, se trata de una de las más modernas estancias de Paradores, con dosel volado en rojo bajo la bóveda de ladrillo del castillo.

También en las torres de un castillo, en este caso las de *Alcañiz*, las habitaciones Alfonso el Batallador y Alfonso II el Casto, ambas duplex con salón en la primera planta y dormitorios con dosel en la segunda, ofrecen una de las mejores vistas a la rivera del río Guadalupe. La espectacular decoración hacen de estas habitaciones unas de las más bonitas del Parador.

Son sólo tres ejemplos a los que siguen otras maravillas ubicadas en Paradores tan emblemáticos como los de Úbeda, León, Zamora, Alcañiz, Baiona, Cardona, Hondarribia, Santillana, Zafra, o Sto. Estevo, donde se ubica una de las habitaciones con mayor dimensión de la Red de Paradores, la que lleva el nombre del primer obispo del Monasterio de Santo Estevo, el Abad Franquila. Cien metros cuadrados para disfrutar de las mejores vistas sobre el cañón del Sil. Ubicada en la esquina noroeste del Parador dispone de una cama king-size de 2 x 2, además de un completo baño con jacuzzi.

Sin lugar a dudas, un producto que garantiza al huésped disfrutar de una experiencia inolvidable y sentirse, por un día, como un auténtico Rey. La web de Paradores, [www.parador.es](http://www.parador.es), permite conocer todas estas estancias a través fotografías y vistas de 360º.

Más información en:

[www.parador.es](http://www.parador.es)

Parador Plasencia (Cáceres)  
Habitación Única 320

Parador Alarcón (Cuenca)  
Habitación Única 106





**D**urante el pasado mes de enero, los desarrollos Internet para el sector de Agencias de Viajes de **Pipeline** han registrado 29,6 millones de accesos (29.677.067 accesos), un 36,89% más que en enero del pasado año (<http://control.aavv.net/global/>). El 94% de los accesos se han realizado desde España, el 6% restante desde 165 países.

En conjunto, se han realizado para más de 8.500 Agencias de Viajes en España (sin descontar duplicidades), sus principales desarrollos, incluyen también otras organizaciones relacionadas con el sector (Mesa del Turismo, Asociación Española de Profesionales del Turismo, Asociación Española de Compañías Aéreas, Asociación de Compañías Aéreas en España, ...).

### Algunos de los servicios de Pipeline

“Login Único”, entre otras prestaciones, ofrece acceso directo para estas agencias a 111 sistemas de reservas. La relación de estos sistemas está disponible en [www.loginunico.com](http://www.loginunico.com), y recientemente se ha incorporado un nuevo proveedor: Tourist Servei IST. En enero se han realizado 596.966 accesos a estos sistemas de reservas a través del *Login Único*.

Servicios de correo electrónico que atiende a 4.000 agencias de viajes. Gestionando en enero más de 5,4 millones de mensajes de correo con un tamaño total de 652 Gb. De ellos, 4.096.010 mensajes con un tamaño total de 613 Gb. se han distribuido correctamente y 1.329.678 han sido rechazados por sus reglas anti-relay (principalmente SPAM) o no han podido enviarse. Sus servidores han eliminado 34.785 mensajes infectados con virus, principalmente distintas versiones de Downloader-BAI, Bagle, Stration, Tibs y Netsky.

Otro de sus servicios, es *Orbis Hoteles* ([www.orbishoteles.com](http://www.orbishoteles.com)) un sistema para búsqueda y reserva en múltiples proveedores de alojamiento. Los proveedores que incluye actualmente son: Bancotel, Bedsonline, Galileo Leisure, GSM Hoteles, Hotelplus, Hotusa, Keytel, Restel, Rhodasol-Turimar, Talonotel, Transhotel y Transvacaciones.



## Resultados de gestión del Parque Warner

**E**l Parque Warner Madrid, ha presentado los resultados del equipo de gestión, años 2005 y 2006, entre ellos destaca la recuperación de la imagen del Parque. Encuestas de satisfacción al cliente; Aumento del número de visitantes; Crecimiento en ingresos de admisiones e in-park; Certificación de Calidad norma ISO 9001 y Apertura en la temporada de Navidad

Alianzas con grandes operadores nacionales y renovación de acuerdos con cadenas hoteleras, para ofertar paquetes de viaje al turista que desea visitar el parque.

### Recuperación imagen

Según las encuestas el 65% de los encuestados declaran tener intención de repetir la visita al Parque. En 2006 los visitantes fueron 1.170.000, con una evolución creciente de los ingresos totales. Con un aumento de per-caps, mejora de

resultados operativos (EBITDA) y optimización de las inversiones.

Desde punto de vista laboral, la plantilla fija que en 2004 era de 119 empleados, en el 2005 de 134, en el 2006 de 178 y actualmente la conforman 179.

### Desde punto de vista estratégico:

El Convenio Urbanístico con C.A.M. y Ayuntamiento de San Martín para aumentar la edificabilidad en 275.000 m<sup>2</sup> de los terrenos propiedad de PTM, manteniendo su uso terciario, ha sido aprobado el pasado diciembre y la edificabilidad resultante permitirá el desarrollo de un centro de ocio y comercial de destino internacional, que no tendrá parangón a nivel europeo.

Jesús Sainz Muñoz Presidente de Parque Warner Madrid, durante la rueda de prensa



## Nuevo folleto

**M**undicolor lanza su nuevo folleto “Super Invierno y Primavera 2006/2007” en el cual ofrece viajes a Canarias, Baleares, Londres, París, Roma, Atenas, Estambul, Berlín, Marrakech y Nueva Cork entre otros, con gran variedad en todas las categorías de Hoteles y Apartamentos. También viajes hasta finales del mes de Abril. Las compañías aéreas para este folleto son Iberia y Spanair.



## Vende su último paquete de acciones de First Choice Holidays

**E**l objetivo de esta desinversión es financiar parte del Plan Estratégico del grupo, que contempla ambiciosos proyectos de expansión hasta alcanzar la cifra de 200 hoteles en 2010.

El Grupo Barceló ha vendido el último paquete de acciones que tenía de *First Choice*, y que representaba el 6,16% del capital social del grupo turístico británico. Los ingresos generados por esta operación, que han superado los 127 millones de euros, serán destinados a financiar la expansión del grupo que, según lo previsto en su Plan Estratégico (2005-2010), prevé superar la cifra de 200 hoteles en 2010.





## GLOBALIA AUMENTO UN 10 % SUS INGRESOS AGREGADOS EN 2006

**G**lobalia Corporación Empresarial aumentó el pasado ejercicio (1-11-05 al 31-10-06) sus ingresos de explotación agregados un 10% hasta los 3.597 millones de euros. Por su parte, el EBITDA (beneficio antes de impuestos, depreciaciones y amortizaciones) creció un 28%, hasta los 103 millones de euros.

Según explicó Juan José Hidalgo, presidente de Globalia el pasado 29 de enero en rueda de prensa, "el Grupo mostró el pasado ejercicio un buen comportamiento, con un incremento tanto en las facturaciones como en los márgenes en todas las líneas de negocio, que en conjunto han prestado servicios a más de 17 millones de clientes. El Grupo prevé terminar el ejercicio al que nos referimos con un incremento de 126,9%

en sus ingresos de explotación agregados, hasta los 4.200 millones de euros.

Juan José Hidalgo recordó que en la primavera del 2006 Air Europa recibió tres unidades Airbus A330-200, que conjuntamente a cuatro Boeing 767-300 componen la flota de largo radio. La flota esta compuesta por 37 Boeing y 3 Airbus, a los que se sumaran en este ejercicio otros 4 aviones más (1 Airbus A330.200 y 3 Boeing 737-800)

Así mismo Air Europa puso en marcha en la temporada de invierno sus nuevas rutas a Vigo, Rio de Janeiro y Bakar. A partir del 26 de marzo se suma Buenos Aires.



Juan José Hidalgo presidente de Globalia

Sobre la división de handling que opera bajo la marca Groundforce, el pasado ejercicio atendió a 39 millones de pasajeros, en 30 aeropuertos de 3 países.

La división mayorista de Globalia, formada por Travelplan y Touring Club, registro unos ingresos de explotación de 824,1 millones de euros, con un incremento del 10% respecto al ejercicio anterior.

La división minorista de Globalia, formada por Halcón Viajes y Viajes Ecuador, aumento el pasado ejercicio un 6% su ingreso agregado de explotación, hasta los 1.426,6 millones de euros.

La división hotelera, aumentó más de 55% en el pasado ejercicio, sus ingresos por explotación. También esta compañía ha cerrado unos acuerdos con los grupos Oasis, /México y Península), Coral (República Dominicana) y Gaviota (Cuba) que le han llevado a contar con una cartera de 36 establecimientos, que suman 11.000 habitaciones en 7 países. ●



Boeing 737-800



**Nos Ajustamos a su Presupuesto**



Restaurante  
**Botan 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



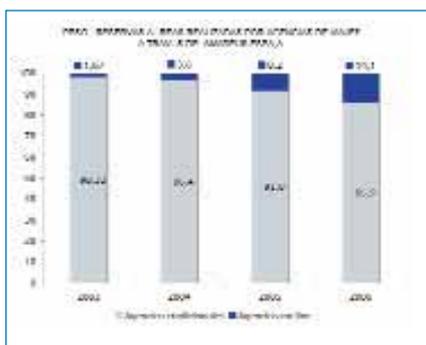
## Incrementa un 4,8% las reservas aéreas, hasta alcanzar los 34,5 millones

**A**madeus España (antes SAVIA Amadeus), distribuidor de productos turísticos en nuestro país y proveedor de tecnología para el sector del viaje, realizó un total de 35,6 millones de reservas en 2006, lo que representa un incremento del 5% respecto al año anterior. En cuanto al número de agencias de viajes conectadas a su red y usuarias del sistema de reservas, **Amadeus España** ha experimentado un crecimiento del 4,8%, situándose en 9.084 el total a cierre de 2006.

Paul de Villiers, director general de **Amadeus España**, explicó: "El respaldo casi absoluto que el mercado español ha vuelto a otorgar a nuestra compañía durante 2006, año en el que hemos superado nuestras previsiones, nos convierte en observadores privilegiados de la realidad turística nacional y nos permite elaborar un retrato sectorial bastante preciso. Tres son los datos más relevantes que se desprenden de las cifras obtenidas: se mantiene el crecimiento en el número de reservas, se consolida la relevancia de las agencias de viajes que operan a través de Internet y persiste el aumento del número de agencias de calle".

### Reservas aéreas: segmento tradicional y segmento online

El total de reservas aéreas -el principal producto turístico que se distribuye a través de GDS- realizadas fue de 34,5 millones, un 4,8% más con respecto a los 32,9 millones registrados el ejercicio precedente. Este dato sitúa en un 92,3% la cuota de mercado de **Amadeus España** a cierre de 2006,



Paul de Villiers, director general de Amadeus España, a su derecha Natalia Huidobro

lo que representa un incremento en 1.1 puntos porcentuales con respecto a la registrada en 2005 (un 91,2%).

Del total de 34,5 millones de reservas aéreas, 14,1% fueron online. Esta cifra representa las efectuadas a través de las agencias online que utilizan la tecnología **Amadeus** en España;

A cierre del año, la cuota de mercado de **Amadeus España** en reservas aéreas online fue del 83,22%.

### Reservas de hotel, coche y otros

En 2006, **Amadeus España** procesó a través del sistema 688.260 reservas de hotel y 437.876 de coche, lo que representa unos incrementos del 9,8% y de un 6,8% respectivamente.

Durante 2006, las agencias de viajes españolas emitieron 6.363.833 billetes de RENFE a través del sistema **Amadeus**, lo que representa un incremento del 7% respecto al año anterior.

### Agencias de viajes

A lo largo de 2006, se conectaron a la red de distribución de **Amadeus España**, 413 nuevas agencias de viajes, un 4,8% más, hasta alcanzar las 9.084 agencias.

Paul de Villiers



## www.catai.es, recibió un millón y medio de visitas en 2006

**C**atai Tours recibió en 2006 un millón y medio de visitas a su página web [www.catai.es](http://www.catai.es), la más completa en España dedicada a los Grandes Viajes. En los meses de marzo a julio (los de mayor número de consultas), se obtienen unas cifras de 130.000 sesiones medias mensuales, que elevan a nueve millones las páginas vistas mensualmente.



## Cierra 2006 con una facturación de 112 millones de euros, un 29% más que el año anterior

**C**atai Tours ha concluido el año 2006 con una facturación de 112 millones de Euros, cifra que consolida su posición como tour operador líder en los grandes viajes y que ratifica el espectacular crecimiento que mantiene en los últimos años. Además en el año 2006 43.000 personas eligieron a **Catai Tours** para realizar su viaje, 7.500 personas más que en el año 2005.

## BILBAO

### Confirma su apuesta permanente por el arte

\* Bajo el concepto "El Arte lo invade todo" se mostrarán diferentes exposiciones artísticas en las principales salas de arte de la ciudad de Bilbao: Museo Guggenheim Bilbao, Museo de Bellas Artes de Bilbao, Sala Rekalde y Bilbao Arte.

A través del concepto "Bilbao. El arte lo invade todo", la Dirección de Promoción Turística de la Diputación Foral de Bizkaia, presentó en Madrid su apuesta por el mundo del arte con una amplia programación artística en las principales galerías de la ciudad: Bilbao Arte, Museo de Bellas Artes de Bilbao, Museo Guggenheim Bilbao y Sala Rekalde.

"El arte lo invade todo" resume la importante presencia del arte en todos y cada uno de los aspectos de la vida cotidiana de Bilbao. La ciudad se ha convertido en un destacado foco de atracción cultural a nivel europeo. Sus pinaco-



tecas, sus temporadas de ópera, su orquesta sinfónica, sus edificios... Bilbao es un claro ejemplo de la capacidad transformadora y universal del arte a través de una sociedad abierta y madura.

## Xornadas Gastronómicas do Marisco en Madrid

El pasado 28 de febrero se presentó en la Casa de Galicia, de la mano de su director Alfonso S. Palomeras las XII Xornadas Gastronómicas do Marisco, que tendrán lugar, una vez más en Alcobendas, desde finales de abril a primeros de mayo.

El acto estuvo presidido por el alcalde de Alcobendas, José Caballero, y la nota simpática en la que desgranó los muchos atractivos y bondades del marisco fue a cargo del famoso presentador de TV, Torres Iglesias.

La empresa que viene durante todos estos años suministrando estas Jornadas Gastronómicas es, **Dismarga**, que desde Galicia lleva a su domicilio sus excelentes y escogidos mariscos, a toda la península en 24 horas. En dicha presentación se ofreció una gran muestra de los deliciosos mariscos que esta firma comercializa, pues hasta la Casa de Galicia trajo también su equipo humano. Personalidades, medios de comunicación y distintos directivos de otras Casas de Galicia en España se dieron cita en esta celebración.

Para mas información:  
[www.dismarga.com](http://www.dismarga.com)



## César Borgia, protagonista del año cultural

El Gobierno de Navarra y la localidad de Viana han organizado un completo programa de actos en torno al V Centenario de la muerte de César Borgia (1475-1507). El programa se abrió el 10 y 11 de marzo con la inauguración de la Senda de César Borgia, conferencias y espectáculos teatrales y musicales. Durante todo el año, se sucederán actos culturales en Viana, villa amurallada situada a escasos kilómetros de Logroño y última etapa navarra del Camino de Santiago.



## La logomarca Jaén, paraíso interior cumple su décimo aniversario en el mercado turístico

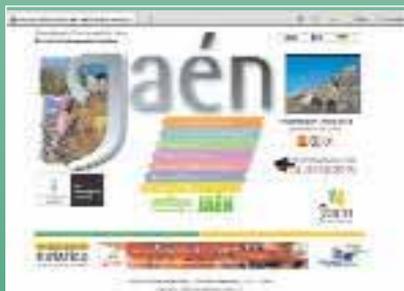
\* La Diputación diseñará un programa de actos para conmemorar esta efeméride

Este año se cumple el décimo aniversario de la puesta en marcha de la marca de promoción de la provincia "Jaén, paraíso interior", un periodo en el que se ha convertido en referente del turismo interior jiennense, hasta el punto de que, según un reciente estudio de Ipsos, en estos diez años de vida de la logomarca se ha conseguido que el 90% de los jiennenses la conozcan y se sientan identificados con ésta y con lo que representa.

Desde el lanzamiento de la marca, "Jaén, paraíso interior" ha estado presente en las principales ferias turísticas y agroalimentarias nacionales e internacionales a las que ha asistido la Diputación Provincial junto a Turismo Andaluz y Turesspaña. Tanto en España como en Europa y en Japón.

La creación de la web [www.promojaen.es](http://www.promojaen.es), la puesta en servicio de la agenda turístico-cultural de la provincia y de 50 Puntos de Información Turística

(PIT), la renovación de los materiales de divulgación de los recursos turísticos y económicos jiennenses, la promoción específica del aceite de oliva virgen extra y de sus denominaciones de origen, y las distintas campañas y presentaciones de eventos de interés conforman algunas de las actuaciones más destacadas de las desarrolladas por la Diputación en estos diez años de vida de "Jaén, paraíso interior".



## NUEVOS RÉCORDS EN LA ITB BERLÍN 2007



**S**e ha celebrado del 7 al 11 de marzo en la institución ferial Messe Berlin la 41 edición de la Bolsa Internacional de Turismo ITB Berlín 2007, edición que ha venido a reafirmar su posición como líder indiscutible de la actividad y promoción turística en el mundo.

Cada año acuden a la feria en mayor número empresas expositoras y profesionales en busca de contactos y nuevas oportunidades de negocio. Cerca de 175.000 personas acudieron al recinto ferial, de los cuales 108.735 eran visitantes profesionales con poder de decisión, un incremento del 15% con respecto al año anterior, en el que fueron 94.533; En cuanto al número de expositores, estuvieron presentes 10.923 empresas (año anterior: 10.856) de 184 países en una superficie de 160.000 metros cuadrados distribuidos en 26 pabellones que ofrecieron nuevos productos y servicios centrados en la consecución de unos estándares de más calidad cada vez más demandados por el sector. El ITB "Kongress Market Trends & Innovations", foro dedicado a analizar las nuevas tendencias del mercado turístico, dedicado a la industria, contó con un 25% más de participantes que el pasado año, contabilizando más de 9000 asistentes. Este congreso se confirma como "Think Tank" del sector: debates sobre cambio climático, foros sobre Hostelería y Aviación, "ITB Business Travel Days...en definitiva, un escaparate de las novedades y desarrollos del sector.

En encuesta realizada a los expositores sobre la ITB Berlin, éstos se han mostrado satisfechos con la organización (un 97%) y han valorado muy posi-

tivamente las oportunidades de negocio abiertas con su participación. Un 92% tiene la firme intención de participar en la próxima edición.

Acudieron también más de 70.000 personas de un público ávido de novedades sobre sus destinos vacacionales, interesándose por todo tipo de información a su disposición en los numerosos stands. El público ha destacado la amplia y atractiva oferta existente, calificándola de buena o muy buena; un 89% tiene la intención de volver el próximo año.

La presencia de la India como país invitado ha supuesto un gran éxito debido a la creciente e imparable realidad de su influencia en el ámbito global, y por tanto también en el campo del turismo.

La India, con sus casi infinitas posibilidades turísticas está llamada a convertirse en un lugar de extraordinarias posibilidades.

En el día de España estuvieron presentes entre otras autoridades del turismo españoles, Joan Clos, ministro de Industria, Turismo y Comercio, así como la secretaria general de turismo, Amparo Fernández. La fidelidad del mercado alemán a España como destino turístico está acreditada, señaló el ministro, ya que el 90% de los que nos visitan repiten, y, además de llevar tres años consecutivos creciendo, las cifras de 2006 reflejan un crecimiento del 2'3 %, casi 120000 turistas alemanes más que en el año anterior.

La próxima edición de la ITB Berlin tendrá lugar del 5 al 9 de marzo de 2008. ○

**Miguel Montes**  
Fotos AF



# *SUBLIME VINO GALLEGO*



**L**a gastronomía representa uno de los principales recursos turísticos de Galicia: hay calidad y variedad de productos autóctonos, con los que se preparan verdaderos manjares. Y esto tiene el privilegio de acompañarse con unos magníficos vinos, elaborados con viñas cuyo cultivo se remonta tradicionalmente a dos milenios. En las tierras gallegas se presentan todas las formas de cepas posibles, que crecen principalmente en los valles siguiendo el cauce de los ríos, y dan forma a un bello paisaje.

Los vinos gallegos suelen ser jóvenes y con una graduación media de 12 grados, y los blancos, de una calidad extraordinaria, figuran entre los más premiados de España a nivel mundial. Hemos tenido recientemente la oportunidad de deleitarnos con los vinos de la denominación **Rías Baixas**, producidos en la parte occidental de la provincia de Pontevedra, en la que hay cuatro subzonas: Val do Salnés, Condado de Tea, O Rosal y Soutomaior. Con un clima atlántico, los viñedos se benefician de las ventajas de las lluvias abundantes y de horas de sol similares a las zonas mediterráneas. Estos vinos son monovarietales al cien por cien, y comparten riquísimos valores: color amarillo paja con irisaciones doradas y verdes, intensos aromas frutales y florales, acidez muy equilibrada y una juventud que es una de sus virtudes.

Y ya que "sobre gustos no hay nada escrito", me atreveré a decir



que me incorporo a la lista de los incondicionales del Albariño, una delicia líquida que se nos ofrece como vino blanco, seco, amplio y sabroso. Tiene un aroma intenso, elegante y persistente y, al menos para mi paladar, unos ligeros matices de albaricoque y manzana. Se elabora con la uva Albariña, pequeña, concentrada y densa, lo que encarece el producto final. Esta uva es típica de Galicia y del norte de Portugal, y tiene una gruesa piel que le ayuda a resistir el clima húmedo de las regiones en las que se desarrolla.

La hipótesis más aceptada es que la Albariña llegó a las Rías Baixas en

el siglo XII, traída por los monjes del Cluny que llegaron a los parajes del Salnés (Pontevedra). Es muy probable que desde el monasterio cisterciense de Armenteira, situado en el monte Castrove, se extendieran por todo el valle. Otra versión se remonta al siglo XI, cuando Raimundo de Borgoña, esposo de doña Urraca de Castilla, habría traído la cepa de aquella región francesa.

La pequeña villa marinera de Cambados es reconocida como la capital del Albariño, cuya fiesta anual se celebra allí en la primera semana de agosto. Fue fundada en 1953, se ha convertido en destino enoturístico de primer orden y está declarada de Interés Turístico Nacional. Las últimas ediciones han reunido a más de 100.000 personas, que se deleitan con los Albariños que riegan las tapas típicamente gallegas, en especial las empanadas y el pulpo a feira. La fiesta ofrece conciertos de grupos y solistas y otras actividades culturales y deportivas. Y todo participante tiene la oportunidad de completar la celebración con la "Ruta do Viño", que hace el recorrido interno de bodegas, viñedos y salas de cata y culmina con la visita al Museo Etnográfico y del Vino. El persistente sabor del albariño nos queda en el paladar, acunado por el recuerdo de los dulces cantares de los vendimiadores. ●



La vendimia

Por Alberto Rumschisky



## En 2006 llegaron a España 58,5 millones de turistas extranjeros, un 4,5% más que el año anterior

*\* Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid fueron las comunidades que registraron mayores llegadas de turistas extranjeros*

El total acumulado del año 2006, en el que se ha vuelto a registrar un nuevo récord histórico al alcanzarse la cifra de 58,5 millones de turistas, un 4,5% más que en el año anterior. Así se desprende de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras, Frontur, que elabora el Instituto de Estudios Turísticos, dependiente del ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

### Comunidades autónomas de destino principal

Un 90,1% de los turistas recibidos en España se concentraron en las seis principales comunidades autónomas, procedentes en un 60,7% de los casos del Reino Unido, Alemania y Francia.

**Canarias** superó los 9,6 millones de turistas, ocupando la tercera posición como destino turístico.

**Cataluña** ocupó la primera posición como destino nacional, con 15 millones de turistas.

**Andalucía** recibió 8,5 millones de turistas, situándose cuarto destino.

La **Comunidad Valenciana** tuvo 5,5 millones de turistas internacionales.

**Madrid** se sitúa como sexta comunidad de destino, llegando a superar los 3,9 millones de turistas. En este periodo, esta comunidad autónoma ha registrado un notable crecimiento.

**Baleares** con 10,1 millones se sitúa segunda comunidad de destino.

El resto de comunidades autónomas se situó en 5,8 millones de turistas.

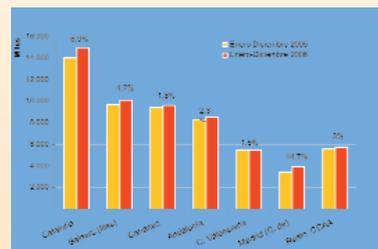
### Vía de acceso

La vía aérea concentró nuevamente la mayoría de las llegadas internacionales y ha cerrado el año con 42,4 millones de turistas, el 72,6% del total, registrándose una subida del 4,2% respecto a 2005.

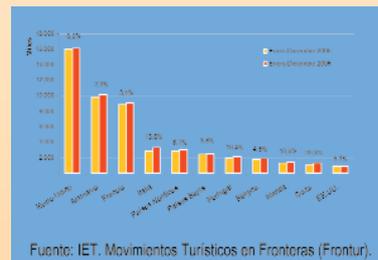
### Tipo de alojamiento utilizado

En 2006, eligieron alojamiento hotelero 36,6 millones de turistas (el 62,6% del total) con una subida del 4,1% respecto al

Número de turistas y porcentaje de variación interanual, según comunidad autónoma de destino principal



Número de turistas según país de residencia y porcentaje de variación interanual



Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

mismo periodo acumulado de 2005. El alojamiento no hotelero, con 21,4 millones de turistas (el 36,6% restante), crecido un 4,4%.

### Forma de organización del viaje

En 2006, un total de 38,3 millones de turistas no optaron por el paquete turístico (el 65,5%), con una subida del 8,6% respecto al año 2005. El 33,7% restante si recurrió a esta forma de organización, con un retroceso del 3,3%.



## TURISMO Y COMPAÑÍAS LOW COST

La consolidación en España del volumen de demanda en el año 2006 en cifras superiores a los 17 millones de pasajeros internacionales, ha convertido al transporte aéreo **low cost**, en una realidad imparable. El 31,3% de todos los viajeros internacionales que llegaron a nuestro país en avión, utilizaron una compañía de Bajo Coste como modalidad de transporte aéreo. En concreto, la Comunidad de Madrid, recibió a 1.141.000 pasajeros, cifra muy baja considerando que el aeropuerto Madrid-Barajas, mueve el mayor volumen de pasajeros por vía aérea de España; de ahí el elevado potencial de desarrollo turístico que tiene la capital. Madrid se sitúa en el sexto lugar en cuanto al volumen de demanda de turistas en CBC's, considerablemente por debajo de los cinco aeropuertos principales: Palma de Mallorca, Málaga, Alicante, Barcelona y Gerona. Por este motivo, la dirección general de Turismo de la Comunidad madrileña celebró una Jornada sobre "Turismo y compañías **low cost**", inauguradas por el consejero de Economía e Innovación Tecnológica, Fernando Merry del Val, con la participación del director general de Turismo, Antonio Nieto y los



De izda. a dcha.: Pablo Casper, Air Berlín; M<sup>a</sup> Isabel Rodríguez, Ryannair; Antonio Nieto, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Alfonso Claver, Vueling y Armando Muñoz, EasyJet

representantes de las Compañías CBC's, Pablo Casper, director de ventas de **Air Berlin** para España y Portugal; M<sup>a</sup> Isabel Rodríguez Gamero, directora de Marketing para España y Portugal de **Ryannair**; Alfonso Claver, director Network Development de **Vueling** y Arnaldo Muñoz, director general para Europa de **EasyJet**, que expusieron la estrategia de sus respectivas compañías respecto al mercado español y, en especial, sus planes de expansión en Madrid. Alberto Marín, director de Innova Management, presentó los resultados del estudio sobre los "Impactos, potencialidades y amenazas de las CBC's en el sec-

tor turístico de la Comunidad de Madrid", que demuestra la gran oportunidad que tiene para mejorar e incrementar su potencialidad turística, beneficiando principalmente al turismo urbano, de negocios, cultural y de compras. Una semana después de la celebración de la Jornada, la compañía **EasyJet** ha puesto en marcha su primera base en España, situada en el aeropuerto de Madrid-Barajas, inaugurada por la presidenta de la Comunidad, Esperanza Aguirre, y que creará 1.000 puestos de trabajo directos y unos 10.000 indirectos. ☺

J.A.F.C.



## Aumenta su resultado hasta alcanzar los 60.777 millones de SEK en el ejercicio de 2006

La cifra de negocio total del Grupo aumentó un 9,5%, hasta alcanzar 60.777 millones de SEK.

El resultado antes de las plusvalías y las partidas no periódicas ascendió a 1.279 millones de SEK durante todo 2006, lo que comporta una mejora de 1.165 millones de SEK con respecto al año anterior.

Según Mats Jansson, Presidente y CEO de Grupo SAS "El resultado de 2006 es un buen signo, pero su nivel es demasiado bajo para afrontar las futuras necesidades de inversión. Por consiguiente, tendremos que seguir aplicando medidas para conseguir más eficacia y mayores ingresos. Implantaremos novedades para nuestros clientes más

fíeles, a la vez que seguiremos ofreciendo al mercado una gran cantidad de billetes a bajo precio.

En 2007, se espera que siga el crecimiento y no se ven por el momento signos de saturación en la coyuntura, ni en

el mercado de las líneas aéreas. Sin embargo, persiste la inseguridad sobre el ímpetu del crecimiento, la situación de la competencia de ahora en adelante y la evolución de los precios en el sector de las líneas aéreas". ☺





## Nueva estrategia comercial para trayectos de larga distancia, que incluye la actualización tarifaria

*\* La subida se corresponde con la actualización anual de tarifas y el incremento de costes de la energía de tracción (12%), de la compra de nuevos trenes (las amortizaciones aumentarán un 32%), y el aumento del canon por el uso de la nueva infraestructura (20%)*

**R**enfe aprobó la nueva estrategia comercial en Alta Velocidad-Larga Distancia, una estrategia comercial que tiene, como efecto más visible, la actualización, a principios de cada año, de la tarifa aplicable a estos servicios, que supondrá un incremento del precio final del billete de hasta un 4%, incluidos los nuevos gastos de gestión que aplicarán en él, los distintos canales de ventas (internet, estaciones y agencias de viajes).

Este aumento de precios, ligeramente superior al IPC de 2006, se explica por

los incrementos que van a producirse en las partidas de costes más importantes. Así, la subida de los precios de la energía supondrá un aumento de este coste para **Renfe** de un 12%. Además, el incremento hace frente al fuerte esfuerzo inversor necesario para la renovación del material, en especial las nuevas series de trenes de alta velocidad.

La nueva estrategia comercial incorpora una nueva relación entre **Renfe** y los distintos canales de venta, que aplicarán un nuevo concepto de gasto (gastos de gestión) en los billetes. ●

## Tercera Edición del Tren Medieval

**E**l Ayuntamiento de Sigüenza y **Renfe** han puesto desde el 3 de marzo la tercera edición del "Tren Medieval", un producto que en ediciones anteriores tuvo una gran acogida y que reúne una atractiva combinación de turismo, teatro, gastronomía e historia en un entorno excepcional.

En esta edición el "Tren Medieval" contará con los mismos alicientes que la temporada pasada, con la única novedad de adaptar la hora de regreso a las distintas temporadas de primavera y otoño. El "Tren Medieval" saldrá desde la estación de Chamartín en 26 ocasiones, repartidas en dos Temporadas: la de Primavera estará comprendida entre el 3 de marzo y el 7 de julio, mientras que la de Otoño se desarrollará entre el 15 de septiembre y el 1 de diciembre. ●

*1.690.560 viajeros durante 2006, con una media de 140.000 usuarios al mes*



## Los usuarios del Avant Madrid - Ciudad Real -Puertollano crece un 5% en 2006

*\* La puntualidad alcanzó el 99,6% en un total de 8.062 trenes*

**E**l número de usuarios del servicio de **Renfe Avant** Madrid-Ciudad Real-Puertollano ha crecido un 5% en 2006 con respecto al año anterior. En total, 1.690.560 viajeros utilizaron el servicio de Media Distancia de Alta Velocidad de **Renfe** -denominado *Avant*-entre estas localidades durante 2006.

El pasado año circularon un total de 8.062 trenes, aproximadamente entre 650 y 700 trenes al mes. La puntualidad

de los trenes S-104 que prestan servicio en esta línea fue un 99,6%. En concreto, de los 8.062 trenes, solamente 45 llegaron a su destino con un tiempo superior a cinco minutos sobre la hora prevista, lo que refleja la calidad tanto de los trenes como del servicio ofrecido por **Renfe**.

La conexión Puertollano-Ciudad Real-Madrid, en ambos sentidos, en 2006 contó con 2.044.325 plazas a la venta. ●



## Comienza la temporada del Tren de la Fresa 2007

*Este Ferrocarril histórico realiza desde hace 23 años un recorrido turístico Madrid-Aranjuez, en el que confluyen cultura y ocio*

**F**iel a su cita anual a partir del 31 de marzo comienza la temporada 2007 del **Tren de la Fresa**, un ferrocarril histórico que cumple los veintitrés años de existencia y que se ha convertido en el clásico del ocio y la cultura madrileños.

La campaña se extenderá hasta el 17 de junio e incluirá 23 circulaciones, que tendrán lugar los sábados y domingos, a excepción del 27 de mayo. Los viajes incluyen un recorrido panorámico por Aranjuez, y visitas al Palacio Real (guiada) y Museo de Falúas..

Su puesta en marcha es una iniciativa del Museo del Ferrocarril, la Dirección General de Turismo de 1 a Comunicada de Madrid, el Ayuntamiento de Aranjuez y Patrimonio Nacional. Una locomotora histórica, furgón de correos de finales de los años 50 y cuatro coches "Costa" construidos entre 1914 y 1930, que cubrían los servicios de Cercanías de la compañía MZA, constituyen la composición del Tren de la Fresa. Dichos coches se presentan renovados en esta campaña, tras haber sido sometidos a un exhaustivo proceso de restauración. ●



## Anuncia la apertura de su nueva Oficina internacional en España

\* La oficina de Madrid informa a los turistas sobre oportunidades de viaje y eventos culturales en la ciudad de Nueva York.

Como parte de una dinámica campaña para expandir su red global e impulsar los viajes de turistas internacionales a la ciudad de Nueva York, **NYC & Company** ha abierto su nueva oficina en Madrid.

“Es el mejor momento para que los viajeros españoles visiten Nueva York”- dijo Fred

Dixon, Vicepresidente de Desarrollo Turístico de **NYC & Company**. “Es una de las ciudades más seguras, un destino

dinámico y multicultural que sigue siendo la capital del mundo para las compras y el arte. Además el Euro está fuerte y hay más vuelos que nunca entre España y Nueva York”.

La expansión internacional es parte del plan de **NYC & Company** para lograr la meta que ha fijado el Alcalde Michael R. Bloomberg, de atraer a más de 50 millones de visitantes para el año 2015. La organización tiene oficinas internacionales en Méjico, Argentina, Reino Unido, Rusia, Escandinavia, España, Irlanda, Francia, Alemania e Italia así como una en Ámsterdam que se ocupa de Bélgica, Luxemburgo y Holanda.

Nueva York recibe más turistas internacionales que ningún otro destino en los Estados Unidos. La ciudad es el primer destino de los Estados Unidos para los visitantes españoles en particular, acogiendo al 53% del turismo español, que ha ido aumentando de 161.000 a 205.000, un 27% de incremento entre 2004 y 2005, y en el 2006 según las últimas cifras son al menos 225.000 visitan-



tes españoles. Nuestros compatriotas suelen permanecer 7 noches en la ciudad de Nueva York para aprovecharse de la oferta cultural, atracciones, compras, visitas y restaurantes.

El número de visitantes de la ciudad ha ido creciendo desde 2002, alcanzando un récord de 44 millones de visitantes en 2006.

A corto plazo, la industria hotelera planea disponer de 4.900 habitaciones más en 2007. Mientras tanto, el turismo de Negocios y Convenciones, ha comenzado la ampliación de su Centro de Convenciones Jacob K. Javits. Los museos y otras instituciones culturales están finalizando nuevos espacios -tales como la nueva Galería de Arte griego y romano del Museo Metropolitan- y abriendo nuevas galerías para exponer nuevos trabajos en cada una de sus disciplinas. ☺



### EGIPTO

#### Nueva versión de su web

Hace un año la **Oficina de Turismo de Egipto** lanzaba su Web de información, [www.egypt.travel](http://www.egypt.travel), donde todo aquel interesado en viajar a Egipto podía encontrar todo tipo de información de utilidad sobre el país: desde visados, números de teléfono más útiles, las mejores atracciones históricas y culturales, las playas y actividades relacionadas con el relax y las vacaciones que dicho destino ofrece.

Este año, la Oficina de Turismo ha remodelado su página Web y ahora, con su nuevo formato, es más accesible al público y facilita una información más completa. Además, está disponible en español, inglés, alemán, francés e italiano. ☺



#### Museo de Villa Torlonia, Roma

Villa Torlonia ha reabierto sus puertas después de un gran período de restauración, la villa una de las más bellas de la ciudad eterna. Los jardines han vuelto a su pasado esplendor del setecientos, con la plantación de árboles, arbustos, macetas y un templete. Han sido recreados el lago y la colina; reconstruidos los caminos y decorados con estatuas y farolas. También a nivel arquitectónico, resaltar que el casino hospedará la muestra permanente: “*La scuola romana*”, que expone alrededor de ciento cincuenta obras de autores que vivieron a caballo entre las dos guerras. ☺

#### Reapertura del Palacio Barberini

El magnífico Palacio Barberini junto con la Galería Nacional de Arte Antigua han sido finalmente abiertos al público. El Palacio fue construido por encargo de Maffeo Barberini, Papa Urbano VIII en el 1623 y fue realizado con la contribución de los más importantes arquitectos del Renacimiento como Maderno, Bernini, Borromini y Piero da Cortona. Después de estar cerrado el palacio por restauración, es ya posible admirar numerosos trabajos como, “*La Fornarina*” de Raffaello, la “*Madonna in trono con Bambino*” de Filippo Lippi, el retrato de Enrique VIII de Holbein y “*Giuditta e Oloferne*” de Caravaggio. ☺

## ALEMANIA , País del bienestar

**B**ajo este slongan, el pasado 13 de febrero, Harald Henning, director de la Oficina Nacional Alemana de Turismo en España, presentó a los medios informativos las buenas cifras de pernoctaciones extranjeras con que Alemania ha cerrado el pasado año 2006., con más de 52 millones de pernoctaciones del extranjero, (mas de dos millones deben atribuirse al mundial FIFA WN 2006). Y más de un millón setecientos de pernoctaciones de españoles, en este pasado año., un 5% más respecto al 2005. En los últimos 10 años las pernoctaciones de españoles han crecido un 128%. Siendo Berlín y Baviera los destinos favoritos de los españoles.

La Oficina Nacional Alemana de Turismo promociona el turismo hacia Alemania a través de años temáticos: para 2007, Alemania –País del Arte y de la Cultura. Para el 2008, Palacios, parques y jardines en Alemania- Alemania romántica. Para el 2009, Alemania en el centro de Europa.

La Oficina Nacional Alemana de Turismo promociona el Turismo de Salud, como Alemania, país del bienestar, ya



Harald Henning, director de la Oficina Nacional Alemana de Turismo en España, durante su intervención

desde hace 10 años ya que este país ofrece una amplia oferta de terapias, tratamientos de wellness, y de belleza en los hoteles y resorts de mas de 350 balnearios u establecimientos hidrotermales. La hostelería alemana presume de una extraordinaria relación calidad/precio, comparativamente con el resto de Europa..

Resumiendo, Harald Henning, finalizó la rueda de prensa con estas palabras: "Disfrutar de Alemania con los 5 sentidos, es sentir el bienestar de una apasionante naturaleza única disfrutando de los enclaves más hermosos en Alemania. ☺"



## Construye y rehabilita varios aeropuertos para impulsar el Turismo Ecológico y de Aventura

*\* Constanza, Jimaní, Pedernales, San Juan de la Maguana, Montecristi y San Pedro de Macorís se dinamizarán turísticamente gracias a esta medida*

**L**a República Dominicana ha puesto en marcha un plan de rehabilitación y construcción de aeródromos domésticos en Jimaní, Constanza, Pedernales, San Juan de la Maguana, Montecristi y La Cueva de las Maravillas (San Pedro de Macorís) con el fin de impulsar el turismo ecológico y de aventura, entre los cerca de 4 millones de turistas que visitan cada año la República Dominicana, uno de los pocos países con nueve zonas ecológicas diferenciadas, entre ellas "la Cueva de las Maravillas cuenta con 800 metros cuadrados de laberintos interiores, con grandes espacios espectaculares de los cuales se han utilizado 240 metros para su habilitación turística. En su interior los turistas pueden dis-

frutar de 472 pictografías y 19 petroglifos y algunas de estas pinturas revelan los contactos de los nativos con los españoles".

El nuevo aeropuerto localizado en los alrededores de la Cueva de las Maravillas tendrá capacidad para operar aviones pequeños bimotor y monomotor utilizados para el transporte turístico y de ejecutivos. La terminal del nuevo aeropuerto constará con una pista de 1.200 metros con un área de 4.000 metros de rampa. ☺



## CENTROAMERICA

### Importantes cadenas hoteleras invierten en Centroamérica

*\* Centroamérica amplía el número de habitaciones en la región para atender el incremento de la demanda turística.*

**L**os siete países que conforman la región centroamericana -Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá- incrementan el número de habitaciones para atender el aumento de la demanda turística que se está registrando en los últimos años.

Durante el 2006 también se han concretado importantes proyectos de cadenas hoteleras que formarán parte de la infraestructura que ofrece Centroamérica al turista, como Marriott, Decameron, Barceló y el grupo financiero UNO, entre otros. ☺

## TAILANDIA

### Novedades

- \* Página web renovada*
- \* Tailandia se consolida como uno de los mejores destinos para los españoles.*

**L**a Oficina de Turismo de Tailandia renueva su web. [www.turismotailandes.com](http://www.turismotailandes.com) es más sencilla y ágil e incorpora agendas trimestrales con los principales acontecimientos que tendrán lugar en el país, así como otras secciones en las que tienen cabida las líneas aéreas y los touroperadores que trabajen el destino. Además incluye nuevos enlaces con información útil sobre hoteles y transporte interno.

Por otra parte, también cambia el número de teléfono de Turismo de Tailandia 902 027 323. En él se podrá solicitar todo el material promocional disponible en la actualidad. ☺



## Nace la revista virtual [www.rutasviajeras.com](http://www.rutasviajeras.com)

**E**nríc Ribera Gabandé y Pilar Rius, periodistas, viajeros y editores de la revista La Cuina de Catalunya, acaban de colgar en la Red una revista eminentemente viajera, que trata temas relacionados con los viajes, la gastronomía, la hotelería, el turismo y los productos singulares relacionados con los vinos y la alimentación.

[www.rutasviajeras.com](http://www.rutasviajeras.com) tiene el respaldo de dos profesionales de la temática que a lo largo de más de 28 años de viajar por el mundo avalan el contenido periodístico de esta web que nace con el espíritu de servicio a todos aquellos viajeros y amantes del turismo, la gastronomía y los vinos, que les fascina esta cultura del ocio. ☺

Andalucía te quiere

## Catálogo de estudios turísticos

**L**a Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía ha editado este catálogo en el que el interesado puede acceder a una amplia información de Estudios y Centros de Formación y directorio de Centros, Modalidades y Acceso y Planes de Estado.

Esta publicación es consultable a través de catálogo de publicidad de la Consejería.

Para más información:  
[www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones](http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones). ☺



## Los Príncipes de Asturias presidieron en febrero, la ceremonia de entrega de los Premios de la Sociedad Geográfica Española

**S**us Altezas Reales, los Príncipes de Asturias entregaron en el Palacio de Congresos de Madrid, los Premios Anuales de la Sociedad Geográfica Española.

Los premiados en esta edición fueron el naturalista y documentalista británico, Sir David Attenborough, el astronauta español Pedro Duque, el Proyecto Djehuty de excavación arqueológica española en Egipto dirigido por José Manuel Galán, la Vuelta al Mundo de la réplica de la Nao Victoria, la Fundación Territori i Paisatge de Caixa Catalunya, el fotógrafo José Manuel Navia y la revista Quercus. Además, la SGE ha decidido nombrar Miembro SGE de Honor al Real Instituto y Observatorio de la Armada en San Fernando.

Desde hace casi una década,

estos galardones son el reconocimiento público al papel que desempeñan los viajeros, investigadores, empresas e instituciones en la ampliación y divulgación de los conocimientos geográficos y su apoyo a proyectos viajeros que sirven a la investigación, la ciencia, el periodismo, el arte y la cultura. ☺



## FUTUROSCOPE CUMPLE 20 AÑOS 1987- 2007

*Bajo el slogan de este aniversario "Date un capricho, atrévete con la nuevas experiencias" se promocionará durante este año*

**D**esde hace 20 años, Futuroscope cultiva su diferencia en el mercado del ocio y ha consolidado su singular identidad con una oferta que conjuga lo lúdico con lo pedagógico. Con más de 32 millones de visitantes desde su apertura, el 31 de mayo de 1987. Y con casi 1,5 millones de visitantes cada año, se ha consolidado como el segundo parque de ocio de Francia. Siendo el primer mercado público español.

Grandes novedades para este año, con el *Mundo submarino 3D*, *Misión refrescante*, *Destino: Cosmos*, *Vienne Dinámica*, *más sensaciones*, *Cyber World*, *El Bosque de los sueños...* Cada atracción una nueva experiencia.

El gran acontecimiento de la celebración de los 20 años de Futuroscope será el 2 de junio, que reunirá a varios miles de personas en una gran fiesta popular El broche de clausura de ese día con-



sistirá en un concierto sorpresa al aire libre.

Otro de los atractivos que este parque ha conseguido es su cocina molecular, que estaba reservada a algunos restaurante ha entrado en Futuroscope en el restaurante KaDélíceScope, gastronomía francesa y recetas sorprendentes y refinadas ☺

Más información y reservas  
[www.futuroscope.com](http://www.futuroscope.com)

**FIMAR**

**Postpuesta su celebración**

Se ha postpuesto la Feria Internacional del Mar, FIMAR, cuya primera edición estaba prevista del 21 al 29 de abril de 2007 en Alicante.

Las razones que aconsejan esa decisión son de carácter estratégico así como de búsqueda de una mejor oportunidad de mercado, pues 2007 concentrará numerosos eventos tanto en Alicante, como en el resto de la Comunidad Autónoma Valenciana que podrían ejercer un efecto de dispersión para el éxito de FIMAR.

**TURISMUR 2007**

**Éxito de participación y visitas en Turismur 2007**

Turismur 2007, XVI Salón Nacional del Turismo y Tiempo Libre se ha clausurado con la visita de más de 40.000 personas y la presencia de 140 empresas relacionadas con el sector del turismo y el tiempo libre. Se trata de una feria de marcado carácter nacional y consolidada dentro de las ferias de este sector, en el recinto ferial IFEPA, de Torre Pacheco (Murcia), del 23 al 25 de febrero. La positiva evolución de esta feria se advierte no sólo por el número de visitantes, sino también por la presencia creciente de expositores, así como la diversificación del contenido. La feria se concibe como una convocatoria imprescindible y de referencia para estructurar un sector considerado elemento potenciador de la actividad económica de la Región de Murcia.

**EXPOVACACIONES 2007**

**Colombia país invitado**

La XXVII edición de la Feria de Turismo, **Expovacaciones** que se celebrará del 10 al 13 de mayo de 2007 en las instalaciones de Bilbao Exhibition Centre, Colombia estará invitado.

**Expovacaciones**, referencia imprescindible para los profesionales del sector turístico y excepcional escaparate para el público en general, reúne en cada edición a una importante participación de las principales empresas e instituciones nacionales e internacionales del sector turístico y hostelero con un amplio catálogo de propuestas, destinos y servicios para el ocio y el tiempo libre.

**VIII Exposición del Centro de Documentación Turística en la ITB Berlin 2007**

**Patrocinado por Messe Berlin, Ayuntamientos de Aranjuez y La Granja de San Idelfonso y Patronato de Turismo de Madrid**

Del 7 al 11 de marzo se ha celebrado en la institución ferial Messe Berlin la edición número 41 de la ITB 2007. Dentro de la feria ha sido muy visitada la 8ª **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, Ayuntamientos de Aranjuez y La Granja de San Idelfonso, y Patronato de Turismo de Madrid y con la colaboración del Grupo Marva y Hotel St. Michael-Heim de Berlin.*

Se expusieron libros turísticos nacionales e internacionales de todo tipo y formato, así como la totalidad de las revistas profesiona-



les y de gran público de España y Portugal; también estuvieron presentes un gran número de publicaciones internacionales del sector, entre los que se encontraba TAT.



De izda. a dcha.: Astrid Ehring, jefa de prensa de la ITB Berlín; Luz Marina Heruday, subdirectora de la ITB Berlín; David Ruetz, director de la ITB Berlín; Miguel Montes, director del Centro de Documentación Turística; Inés Galindo, gerente del patronato de Turismo de Madrid y Gonzalo Nates, subdirector del Centro e Documentación Turística

**HOLIDAY WORLD**

**Nueva cita para el turismo internacional en la Feria de Praga**

Entre los días 15 y 18 de febrero **Holiday World** reunió en el recinto ferial Holasovice de Praga a numerosas empresas del sector del turismo procedentes de 50 países de Europa, Asia, América y África.

La feria destinó el primer día a los profesionales del sector, con sus tradicionales salones "Holiday World", "Region World", "Meeting World" y "Holiday Equipment".

La feria contó con 704 expositores directos, repartidos en un total de 20.500 m<sup>2</sup>, y tuvo cerca de 7.331 visitantes profesionales y 28.461 visitantes de público general. Actualmente **Holiday World** es uno de los eventos de turismo más importantes de la República Checa y de Europa Central.

**NAVATUR**

**Feria Internacional de Turismo de Navarra**

Se celebró del 23 al 25 de febrero pasado. En esta II edición han contado con más de 8.000 visitantes. El resultado ha sido por segundo año consecutivo de un completo éxito.

**Agenda**

<p><b>FERANTUR</b> III Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural 22/25 de Marzo de 2007 Fibes (Sevilla)</p>	<p><b>GTM 2007</b> Germany Travel Mart 13/15 de Mayo 2007 Berlin</p>
<p><b>TCV</b> 3ª Feria Internacional de Turismo 30 Marzo al 1 Abril de 2007 Feria Valencia (Valencia)</p>	<p><b>EXPOMEETING</b> Salón Ibérico del Turismo de Negocio 31 mayo/ 1 Junio 2007 Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Málaga)</p>
<p><b>DATE 2007</b> Dominical Annual Tourism Exchange 12/14 de abril 2007 Punta Cana (Rep. Dominicana)</p>	<p><b>Feria Internacional de Turismo Cultural</b> 20/23 de Septiembre 2007 Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Málaga)</p>
<p><b>AERO 2007</b> 16ª Feria Exhibición de Aviación General 19/22 de abril 2007 Friedrichshafen (Alemania)</p>	

**AVIS**

Coincidiendo con su 40 aniversario en España

## Premia al cliente que realizó el alquiler 1.000.000 en 2006

- \* El premio consiste en un viaje y estancia para dos personas a Cancún (México) en un hotel de la cadena Sol Meliá y el reintegro de su alquiler un millón para el ganador
- \* La entrega del premio ha sido realizada por Ángel Sacristán, Consejero Delegado de Avis España, en el Área de Servicio de Avis en Barcelona



Ángel Sacristán, consejero delegado de Avis España y el ganador Jonathan Abadía

**A**vis España ha superado en 2006 la barrera del millón de alquileres en un mismo año. Es la primera vez que la Compañía consigue esta cifra coincidiendo con la celebración de su 40 aniversario en nuestro país.

El hito se logró el pasado día 18 de diciembre en las oficinas del Aeropuerto de Barajas en Madrid. El cliente ganador de esta promoción ha sido Jonathan Abadía Castelló que disfrutará de un viaje y estancia para dos personas a Cancún (México) en un hotel de la cade-

na Sol Meliá y obtendrá el reintegro de su alquiler un millón.

Ángel Sacristán, Consejero Delegado de Avis España, hizo la entrega del premio en el Área de Servicio de Avis en Barcelona y se refirió al alquiler un millón como "un hecho importante para la compañía, que seguirá apostando por la calidad del servicio en todos sus alquileres".

El hito coincide en 2006 con el 40 aniversario de Avis en España. Y también con la introducción en 8 aeropuertos

españoles (entre un total de 50 de toda Europa) de la iniciativa *Inspired Change*, considerada como una auténtica reinención de la propia actividad de alquiler de vehículos, al introducir 4 novedades básicas:

Simplificación de las categorías de coches, Entrega rápida (Avis Preferred), Devolución inmediata (Rapid Return) y Contrato simple. 🚗



## Se incorpora a UNAV

**L**a compañía de rent a car **National-Atesa**, se ha incorporado a la decana asociación, como miembro adherido y colaborador preferente, siendo la única empresa de alquiler de coches que tendrá presencia en la Asociación.

UNAV ya contaba entre sus miembros adheridos con cadenas hoteleras, corredurías de seguros, patronatos de turismo, etc., si bien se echaba en falta la representación de rent a car, aspecto este que queda cubierto con la incorporación de **Nacional-Atesa**, comprometiéndose ambas entidades a prestarse los máximos apoyos y colaboración en sus respectivos campos de actuación. 🚗



## El patronato finaliza el 2006 con una valoración excepcional del año Turístico

**L**a principal conclusión que se extrae de las cifras obtenidas es la excelente salud del turismo de la Costa Blanca, en el ejercicio del 2006, y que aunque se ha experimentado el crecimiento de la oferta de alojamiento, la fuerte competencia de otros destinos emergentes y otros elementos coyunturales que han llegado a afectar al sector, se han registrado ratios de crecimiento excepcionales.

"A la vista de las cifras obtenidas, se puede afirmar, que la Costa Blanca no ha alcanzado aun su techo como destino turístico, dadas las importantes cifras de crecimiento en el número de viajeros y de pernотaciones". Estas declaraciones las ha realizado el responsable del Patronato de Turismo en rueda de prensa en la que ofreció información sobre los resultados turísticos del 2006 en la Costa Blanca.

Muchos son los factores que han influido, uno de ellos es que se ha confirmado que la importante presencia de las aerolíneas de bajo coste, condicionan en gran medida la forma de planificar y organizar

las vacaciones de los turistas europeos. Los hoteles incrementan su presencia en la red, ofreciendo cada vez más la posibilidad de ofrecer reservas on-line. Los tour operadores están adaptándose a esta tendencia, ofreciendo paquetes más flexibles, ofertas de última hora y reservas "seat only". Ante este entorno tan cambiante la Costa Blanca sabe responder, ofreciendo productos flexibles, "a medida".

### Datos estadísticos (enero-octubre 2006)

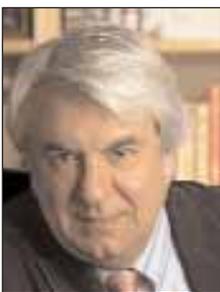
El número de turistas alojados en los hoteles entre enero y octubre de 2006 se ha incrementado un 18% con respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un total de 3.188.827 turistas. Este incremento ha sido algo más acusado en el caso de los turistas españoles (+21%) que en el de los extranjeros (+12%). El 62% de estos turistas eran de procedencia nacional, mientras el resto (el 37%) era de procedencia internacional. 🚗

**FÉLIX LARROSA**  
**Nuevo director general de Turespaña**



**Félix Larrosa Piqué** sustituye a Amparo Fernández. **Félix Larrosa** ostentaba hasta su nombramiento el cargo de director gerente del Turismo de Lleida. Además, era Consejero Delegado de la sociedad pública Centro de Negocios y Convenciones, de Lleida. Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Lleida y Diplomado en Dirección y Gestión Turística por ESADE. Ha sido director del Círculo de Economía de Lleida, entre 1990 y 1998, y profesor de la Escuela Universitaria de Turismo de esta ciudad entre 2000 y 2002. Asimismo, ha participado como ponente en diferentes seminarios y conferencias y ha publicado diferentes artículos.

**JULIO FERNÁNDEZ**  
**Nuevo Director de Comunicación de Globalia**



**Julio Fernández** estará al frente de las relaciones con los medios de comunicación de todo el Grupo, que agrupa Air Europa, Halcón Viajes, Viajes Ecuador, Travelplan, Pepecar.com o Century 21 España, entre otras. **Julio Fernández**, periodista, es actualmente profesor de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y tiene una larga trayectoria en medios de comunicación, tanto en prensa escrita como en radio y televisión. Ha ocupado diversos puestos,

entre los que destacan miembro del equipo fundador de "El Periódico de Catalunya", redactor jefe de la revista Panorama, subdirector de informativos en Telecinco y director en Nueva York del Canal Económico de Televisa.

**LUIS GOMIS CAÑETE**  
**Director de Operaciones de Vision Cruises**



**Luis Gomis** comienza a vincularse al mundo de los cruceros en 1997, al incorporarse como Director de Administración y Recursos en Royal Hispania (Trasmediterránea). Posteriormente a Spanish Cruise Line como director de Explotación, en Iberojet Cruceros desde 2003. Finalmente ha recalado en Vision Cruises para aportar su amplia experiencia y talento. **Gomis Cañete** tiene una consolidada carrera y experiencia en el sector de los cruceros.

**CARLOS LOSADA**  
**Nuevo Presidente de Clickair**



**Carlos Losada**, actual director general de la escuela de negocios Esade, es el nuevo presidente de Clickair. **Carlos Losada Marrodán**, además de dirigir la escuela de negocios es profesor de política Empresarial especializado en función directiva, estrategia y función pública. Es miembro del consejo de administra-

ción de Gas Natural, donde preside la Comisión de Estrategia, Inversiones y Competencia y asesor de diferentes entidades empresariales, de desarrollo económico, culturales y ciudadanas, como la Cámara de Comercio de Barcelona, el comité de dinamización económica del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, la Casa Asia y la ONG Intermón-Oxfam, de cuyo patronato español es vicepresidente.

**JUSTINE DE JONG**  
**Nueva directora de la Oficina de Turismo y Congresos de Holanda**



**Justine de Jong** sucede en el puesto a Norman Barendregt, ha desempeñado diferentes puestos en el campo de marketing y comunicación. En los últimos cinco años ha colaborado en varios proyectos de la Oficina de Turismo y Congresos de Holanda, tanto en la sucursal de Madrid como en la oficina central de Leidschendam (Holanda).

**SERGIO MORENO MONROVÉ**  
**Nuevo Consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía**



**Sergio Moreno Monrové** es profesor mercantil. Ha desempeñado, entre otros cargos, los de Delegado Provincial de

Economía e Industria en Cádiz (1985-1986), Secretario General Técnico de la Consejería de Gobernación (2000-2002) y Viceconsejero de este departamento (2002-2004), al frente del cual también estuvo como Consejero entre febrero y abril de 2004. En esta última fecha fue nombrado Viceconsejero de Turismo, Comercio y Deporte, puesto que ha venido ocupando hasta su nombramiento **Sergio Moreno Monrové** también fue concejal en el Ayuntamiento de Jerez de la Frontera y diputado provincial entre 1983 y 1985, así como diputado a Cortes por Cádiz entre los años 1986 y 2000.

**ANA GÓMEZ**  
**Nueva Viceconsejera de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía**



**Ana Gómez** es licenciada en Derecho por la Universidad de Granada y especialista en redacción de proyectos de I+D. Hasta su nombramiento desempeñaba el cargo de directora general de Fomento y Promoción Turística. Ha ocupado, entre otros puestos, los de delegada de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo en Málaga (1995-96) y directora general de Asuntos Europeos y Cooperación Exterior (1996-99). **Ana Gómez** también ha sido gerente de la Sociedad de Planificación y Desarrollo de Málaga (1992-95), directora gerente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol (1999-2003) y concejala del Ayuntamiento de Málaga (2003-2004). Ha desempeñado jefaturas de sección en áreas como Salud y Servicios Sociales, en la Diputación Provincial de Málaga.



## XX REUNIÓN NACIONAL DE OPC ESPAÑA

Ha tenido lugar en Madrid, del 14 al 17 de febrero, la XX Reunión Nacional de la Federación Española de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC España) en el hotel Meliá Castilla, con asistencia de más de 300 participantes provenientes de todas las comunidades autónomas, 20 empresas expositoras y más de 30 ponentes y moderadores. En la sesión inaugural, Amparo Fernández, secretaria general de Turismo, destacó que el ministerio fijará una nueva estrategia de futuro para el sector, denominada "Horizonte 2020", que será el resultado de una amplia participación entre los responsables públicos y privados. En la primera mesa redonda participaron los directores

comerciales de la cadena hotelera NH y AC, los gerentes de Madrid Espacios y Congresos, la vicepresidenta de Tílesa y un representante de la Asociación Mediterránea de OPC's, quienes hablaron de la alta profesionalidad de estas empresas, el buen entendimiento con los proveedores de los diferentes servicios y la comisionabilidad de todas las operaciones. Sobre "Madrid, ciudad de congresos y reuniones, presente y futuro" intervino el director adjunto de la Oficina de Congresos de Madrid destacando las magníficas infraestructuras con que cuenta la capital. Sobre "Oficinas de Congresos y Empresas OPC's los directores de las oficinas de congresos de Málaga, Valladolid, Pamplona y Valencia. Antonio Nieto, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, anunció la próxima apertura en Madrid de un registro oficial de este tipo de empresas. En los talleres de trabajo se trató sobre la ges-



Presidencia de la Inauguración

ción del programa científico de congresos y el control de accesos y acreditaciones. Julio Abreu, presidente de OPC España, dio a conocer los resultados de una encuesta realizada entre las empresas que integran esta Asociación, que califican de optimistas las perspectivas para 2007. Antes de la clausura, se entregaron los Premios OPC 2006, uno de los cuales recayó en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid. Seguidamente, tuvo lugar la presentación de Logroño, como ciudad anfitriona, sede de la próxima Reunión Nacional de OPC's, que corrió a cargo de Mónica Figuerola, directora general de Turismo de La Rioja y se celebrará del 13 al 16 de febrero de 2008. ●

J.A.F.C.



Premiados OPC año 2006



## Estudio del Turismo de Negocios en España

Más de 12.477 millones de euros, impacto económico directo del turismo de negocios en España, durante 2005.

El impacto económico del turismo de ferias se estimó en más de 8.851 millones de euros, mientras que el de reuniones superó los 3.625.

El 80,5% del turismo de reuniones es nacional, siendo el interés profesional (89,8%) la motivación principal de este tipo de turista.

El coste medio de la inscripción en una reunión en España es de 307,36 euros.

441 ferias se celebraron en España durante 2005, de las que el 36,7% tuvie-

ron un carácter internacional, con una participación de 67.312 expositores directos (83,6%, nacionales).

El 34,7% de los participantes en ferias se aloja en hoteles de cuatro estrellas.

El gasto personal diario es de 96,4 euros de media, sin incluir gastos de viaje hasta la ciudad, el alojamiento y la participación en la feria.

Por sexto año consecutivo el Instituto de Turismo de España (Turespaña) ha realizado el estudio del *Turismo de Negocios en España*. Este estudio se basa en los dos segmentos fundamentales del turismo de negocios: el mercado de reuniones y el mercado ferial. ●



## Reabre sus puertas al público

El Puerto Antilla Grand Hotel, de 400 habitaciones ubicado en primera línea de playa en la Costa Onubense, reabrió sus puertas para el inicio de la temporada 2007.

Con aires renovados el Puerto Antilla Grand Hotel vuelve a poner a disposición de todos los clientes la amplia oferta hotelera y de servicios que le han convertido en un claro referente del Sector Turístico en Andalucía y en uno de los destinos preferidos del turismo luso. ●



## FORO SOBRE CONGRESOS E INCENTIVOS

Organizado por Onete, se ha celebrado el VI Foro sobre "Reuniones y Congresos, elección de un destino internacional" en el que participó, en primer lugar, Gregorio Santos, director general de Viajes Mapfre, que desarrollo ampliamente el tema de los viajes de congresos e incentivos, sus objetivos, características, evolución en los últimos años, principales sectores empresariales que los promueven, autofinanciación y la figura del "decisión maker". Por su parte, Samir T. Nabulsi, director comercial para Europa y el Mediterráneo de Sol Meliá, expuso los pasos a seguir para la selección de un destino turístico tanto nacional como internacional, las razones para la organización de una reunión, tipos de organizadores y acciones de captación necesarias para terminar dando una amplia panorámica de la cobertura mundial de la cadena Sol Meliá y los servicios que ofrece. La presentación

corrió a cargo del presidente de Onete, Antonio Araujo, director de la Oficina de Turismo de Portugal. Al finalizar las interesantes exposiciones de los ponentes, tuvo lugar un animado turno de preguntas en el que intervinieron buena parte de los asistentes, directivos de las Oficinas Nacionales Extranjeras de Turismo en España y prensa turística. ●



## PepeWorld y Hoteles, Ocio y Restauración, S.A. desarrollarán hoteles low cost a nivel nacional e internacional

La línea de negocios de Globalia PepeWorld (Globalia) y la compañía gestora Hoteles, Ocio y Restauración, S.A. han sellado un acuerdo estratégico para desarrollar una nueva línea de hoteles express a bajo precio en España y Portugal bajo la marca *PepeRoom.com*, que permitirá a sus clientes contratar una habitación en un hotel con características de tres estrellas a partir de 9 euros la noche.

El primero de los quince establecimientos, en una primera fase, abrirá sus puertas en Getafe (Madrid Sur), dentro del parque empresarial La Carpetania, en el primer trimestre de 2008.

A este primer hotel le seguirán otros en Sevilla y Alicante, y se expandirá por otras ciudades como Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia, Bilbao y Zaragoza. ●



## Pierre & Vacances y Accor se asocian para desarrollar una red europea de residencias urbanas

Pierre & Vacances y Accor crean una joint-venture para desarrollar una red de residencias urbanas en Europa.

Esta joint-venture constituida a partes iguales por ambos grupos, se beneficiará del saber hacer reconocido de Pierre & Vacances en las residencias urbanas y se apoyará en la plataforma de desarrollo de Accor así como en su sistema de distribución. Este partnership está sujeto a la autorización de la Comisión Europea.

Esta joint-venture está compuesta de 22 residencias en contrato de gestión (3.200 apartamentos) de nivel 3\*/4\*, que incluye las 14 residencias actuales y las 6 en desarrollo de Pierre & Vacances City, y 2 proyectos de residencias del grupo Accor. ●



## Adquiere el hotel Hoppegarten en Berlín, primero de sus establecimientos fuera de España

*\* La división hotelera del Grupo Jale-Monasterio invertirá más de 4 millones de euros en este proyecto y se hará cargo de forma directa de su gestión.*

La cadena Jale-Monasterio, ha adquirido su primer establecimiento fuera de nuestras fronteras, el Hotel Hoppegarten, situado al sudoeste de Berlín. Jale-Monasterio invertirá más de 4 millones de euros en este proyecto y se hará cargo de su gestión de forma directa.

Con esta nueva incorporación, la cadena hotelera inicia 2007 con el objetivo de "consolidar y ampliar su política de

expansión y crecimiento, afrontando así mismo la diversificación de su oferta en términos geográficos".

Inaugurado en 1995 y renovado recientemente, el Hotel Hoppegarten dispone de un total de 160 habitaciones en categoría de cuatro estrellas. Entre otras instalaciones cuenta con ocho salas de reuniones con capacidad para 120 personas. ●





## Gestionará dos nuevos hoteles

**P**artner Hotels, que continúa con su estrategia de expansión, abrirá próximamente dos nuevos establecimientos de cuatro estrellas ubicados, uno en la provincia de Toledo, y otro en la milenaria ciudad de Alejandría, en Egipto.

El Hotel **Partner Comendador**, de cuatro estrellas, está ubicado en la localidad de Carranque (Toledo) con 44 habitaciones, ofrece un salón panelable con capacidad para 800 invitados, un magnífico restaurante "El Zaguán", y un Centro Spa-Balneario "Domus Aurea".

El **Partner Royal Alejandría**, cuatro estrellas ubicado en la legendaria ciudad de Alejandría, en Egipto, que abrirá en el mes de mayo y dispondrá de 210 habitaciones dobles y 18 suites completamente equipadas, cuatro restaurantes diferentes, piscina y un área Spa completa. ●



## Ha integrado 263 hoteles en 2006

**B**est Western Internacional ha desarrollado una importante Estrategia de Expansión en todo el mundo durante 2006 con la incorporación de 263 establecimientos independientes. La Cadena ha conservado, además, al 99 por ciento de los hoteles independientes que la integran. **Best Western** ya cuenta con 4.164 hoteles distribuidos en ochenta países que alojan a más de 400.000 huéspedes diariamente.

La mayor parte de hoteles independientes incorporados corresponde a Norte América, con 133.

En Asia y, en concreto China, la cadena dispone de 20 hoteles y en 2007 prevé integrar 10 más.

En Europa, ocho están en Alemania, nueve en Italia, diez en Suecia y 16 en Francia. En Gran Bretaña se han sumado 16 hoteles.

La Cadena también ha experimentado un crecimiento en otras regiones del mundo, con once nuevos hoteles en Australia, nueve en Sudamérica y ocho en México. **Best Western** también planea incorporar su primer hotel en Curaçao, Antillas Holandesas. ●

## HOTEL WESTIN PALACE Festival de mejillones y cerveza Chez Léon

**L**a primera semana de marzo, en el **Hotel Palace** de Madrid se degustó las recetas que hicieron famoso al restaurante belga Chez Léon.

El Chef y propietario de este restaurante belga, vino al Palace y no solo para preparar los mejillones, sino que además se pudo disfrutar de las gambitas grises del Mar del Norte, que a pesar de ser miniaturas, que es su tamaño natural, trajeron consigo un sabor único.

También destacar los postres: La



Marc Lannoy, director general del Westin Palace

Dame Blanche, la perfecta mezcla de chocolate con vainilla, frío y caliente. Una combinación que hace a la cocina belga diferente de la del resto del norte de Europa. ●

## CASA ROMANA BOUTIQUE

### Exponente internacional del lujo

**L**os máximos exponentes del lujo internacional no han dejado pasar la oportunidad de contar en sus catálogos con el **Casa Romana Hotel Boutique**, un atractivo establecimiento de cuatro estrellas construido a partir de un edificio del siglo XVIII y ubicado en el centro de la capital sevillana. Marcas como Luxury Lifestyle Hotel & Resorts, Luxe Worldwide Hotels, Fine Hotels & Resorts JDB, Epoque Hotels, Chic Retreats o Domus Selecta ponen de manifiesto las atractivas peculiaridades de las instalaciones, la calidad y el servicio de un hotel que, además, ha incorporado el atractivo concepto



"Boutique" ofreciendo a sus clientes cualquier objeto de su decoración.

**Casa Romana Hotel Boutique**, es un singular hotel de 26 habitaciones que combina con maestría el estilo románico y romántico. ●

## HOTELES ELBA

### Celebra sus 10 años

\*Abrirá dos nuevos establecimientos en 2.007

**E**l 2007 constituye el Décimo Aniversario de **Hoteles Elba** y anuncia dos nuevas aperturas para este año. Con estas aperturas, Hoteles Elba, cuenta con 13 hoteles con su slogan "hoteles únicos", cada uno en su categoría, tienen sus propias características definitorias que los separan entre si, pero que les une su marca.

Lo que les lleva a crear una línea exclusiva, los hoteles pertenecientes a su gama de Exquisite Collection, con sus hoteles *Elba Estepona* y *Elba Palace*. Dos hoteles que reflejan, poseen y ofrecen el lujo a gran escala.

El primer hotel que abrirá sus puertas

en julio es el **Elba Carlota Beach & Golf & Convention Hotel**, un hotel de cuatro estrellas en la isla de Fuerteventura, con 346 habitaciones dobles de lujo, suites y junior suites, de las cuales 180 son "family rooms".

A lo largo del verano, se abrirá el **Elba Costa Ballena Beach Golf & Talaos & Convention Hotel**. Este hotel de 4 estrellas se ubica en Costa Ballena, con 227 habitaciones dobles entre las que se cuenta un importante número de "family rooms" y 9 suites.

Cuenta con salas de reuniones y eventos con capacidad para 700 personas. ●



## Los IV Encuentros del Lechazo Asado de Castilla y León traspasan las fronteras regionales

*Los Cuartos Encuentros Gastronómicos del Lechazo Asado de Castilla y León se celebraron del 2 al 18 de marzo de 2007 en los 72 establecimientos asociados distribuidos por las provincias de Castilla y León: Ávila, Burgos, León, Palencia, Segovia, Soria, Valladolid, Zamora, y de Fuera de su Comunidad: Alicante, Barcelona, Madrid, Murcia, Orense, Pontevedra, Santander, Sevilla y Valencia.*

El presidente de la Asociación de Asadores de lechazo de Castilla y León, Antonio Cristóbal Albarrán, -acompañado por el gerente de la misma, Miguel Ángel Martínez,- presentó el pasado 2 de febrero en Madrid los Cuartos Encuentros Gastronómicos del Lechazo Asado de Castilla y León, que se celebraron, en los 72 establecimientos asociados.

La Asociación de Asadores de Lechazo de Castilla y León con la cele-

bración de estos Encuentros Gastronómicos quiere colocar este alimento en el lugar que se merece, ya que considera que el tradicional arte de los maestros asadores característico de dicha Comunidad se estaba perdiendo.

El precio de los menús especiales de los Encuentros en los establecimientos asociados, osciló entre 33 y 40 euros, IVA incluido. ●



## Presenta su nuevo Catálogo 2007

Selectta Hotels & Resorts, que se ha consolidado en el mercado gracias a la comercialización del segmento más alto de hoteles de lujo, resorts exclusivos y lugares con encanto, presenta su nuevo Catálogo para el año 2007, una selección de los mejores

182 establecimientos de cinco estrellas ubicados en Europa, América y Norte de África. Como novedades, Selectta incluye, en exclusiva, la travesía en cinco barcos de lujo por los canales y ríos del Sur de Francia, recorridos inolvidables en tren por Escocia y tres programas únicos en los que descubrir las mágicas regiones de Nepal, Kenia e India. ●



## El futurista Mövenpick Tower & Suites Doha

La cadena Mövenpick Hotels & Resorts, anuncia la apertura de su segundo establecimiento en Qatar. Mövenpick Tower & Suites Doha de cinco estrellas, con 350 habitaciones, incluyendo 40 suites, distribuidas por 26 pisos, y cuatro salas de reunión con luz natural, incluyendo "Zurich" un lobby multiuso con 220 metros cuadrados y un business centre, estando orientado sobre todo hacia los clientes en viaje de negocios.

El edificio futurista está excepcionalmente ubicado, a la entrada de la prestigiosa área West Bay, un barrio comercial en expansión a solo 15 minutos de coche del Aeropuerto Internacional de Doha.

Mövenpick Tower & Suites Doha además ofrece cuatro restaurantes temáticos. "Animato", ofrece bufetes internacionales, el "Wok Mee" de especialidades asiáticas, "Lime Café" bocadillos y productos de la marca Mövenpick, y el "Bay View 26" en la última planta, con vistas de la ciudad. ●



## Inauguración de Floridita Madrid

Floridita Madrid, abrió sus puertas en pleno barrio de Salamanca, Diego de León, 3, con la asistencia de David Soul, el protagonista rubio de Starsky y Hutch y cantante de éxito con más de 20 millones de copias en su carrera, que atendió a los medios de comunicación y brindó por el éxito de Floridita Madrid.

Los invitados a la fiesta pudieron disfrutar de algunos de los cócteles que han

hecho famoso al mítico Floridita de La Habana, como el Daiquiri tradicional, el Daiquiri de Pepino y el cóctel Fresa Habanera. Además, degustaron su fabulosa comida internacional de influencia caribeña.

Con la apertura de su sede en la capital, Floridita brinda a madrileños y visitantes la posibilidad de disfrutar la verdadera Cuba culta, sofisticada y gozosa que descubrie-



ran en su momento celebridades como Ernest Hemingway y que en la actualidad está haciendo furor por toda Europa. ●