



www.tatrevista.com

TRANSPORTE AÉREO  
& TURISMO

# Túnez

## Oasis Mediterráneo

Núm. SEPTIEMBRE/OCTUBRE 2009 - Vol. XXVIII (4 euros) - Especial "Oficina de Turismo Extranjero en España"



Contraste de colores, paisajes y culturas. Un lugar donde el brillante azul del cielo se funde con el verde de sus palmerales.  
Un país que ofrece el encanto de maravillosas ciudades blancas, más de 3.000 años de historia e idílicas playas bañadas por las cristalinas aguas del Mediterráneo.  
Un auténtico oasis de placer... tan cerca de casa. ¿Aún no lo conoces?

**TÚNEZ**  
www.descubretunez.com

Vuelo directo a Tozeur,  
la puerta del Sáhara,  
a partir de noviembre de 2009.



# Grandes Viajes 2009 2010 OTOÑO INVIERNO



## THAILANDIA al COMPLETO

15 días/12n, salidas Jueves desde ..... 1.263 €



## JORDANIA y MAR ROJO

9 días/7n, salidas Sábados desde ..... 890 €



## MÉXICO

9 días/7n, salidas diarias desde ..... 840 €



## CANADÁ Ruta del Este

9 días/7n, salidas Domingos desde ..... 995 €



## VIETNAM/CAMBOYA

15 días/12n, salidas Martes desde..... 2.375 €

13 días/10n, salidas Sábados desde..... 2.290 €



## CHINA MILENARIA + GUILIN

15 días/13n, salidas Lunes desde ..... 2.090 €



## MARAVILLAS de INDIA y NEPAL

14 días/12n, salidas 24.9 a 4.10 desde ..... 2.090 €



## ARGENTINA

12 días/9n, salidas diarias desde ..... 1.945 €

*Información y Reservas en su Agencia de Viajes*



Con la garantía

# POLITOURS

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

Precio base por persona en habitación doble, validos para determinadas fechas. **Incluye:** Vuelos especiales o regulares desde Madrid ó Barcelona, traslados, estancia en hotel y régimen indicado, visitas y excursiones según itinerario. **No incluye:** Suplementos por temporadas, tasas aéreas o de aeropuerto, visados, propinas, bebidas. Consultar otros programas, categorías de hoteles y sptos. por otros conceptos, así como suplementos por salidas desde otros aeropuertos, o con otras clases de reserva u otras compañías. Programas sujetos a mínimo de participantes. Plazas limitadas. Promoción no acumulable a otros descuentos y ofertas. Consultar condiciones generales y detalles en los Folletos Generales. CAA-19.



# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

(por Alberto RUMSCHISKY)

**L**os pilotos alemanes lo llamaban familiarmente “Tante Ju” (“Tía Ju”) y, en los años treinta del siglo pasado, era considerado como el no va más de los aviones de transporte: cómodo, fiable, muy versátil e incluso bello, a pesar de su cubierta de aluminio corrugado. Era el Junker Ju-52/3m (3m por Dreimotoren, trimotor), la estrella de la flota de Lufthansa, que incluso operaba un vuelo de muchas etapas hasta Beijing.

**T**ras una larga historia, los nostálgicos y los que quieren revivir el pasado de la aviación pueden volar ahora en seis de estos aparatos, especialmente reconstruidos para recorrer distancias entre varias ciudades alemanas y el aeropuerto suizo de Zurich. Los vuelos duran entre 10 y 110 minutos, y el billete cuesta entre 67 y 299 euros.

**“T**ante Ju” fue fabricado en Alemania desde 1932 hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial. Gracias a su fiabilidad, Adolfo Hitler adoptó una “versión VIP” para su transporte personal. Su versatilidad motivó que la Luftwaffe lo utilizara exhaustivamente durante todas las hostilidades. En total se construyeron 4.845 aparatos. La tripulación se componía de tres personas: piloto, copiloto y radio operador. Podía llevar hasta 18 pasajeros, a una velocidad máxima de 265 kph, y con velocidad de crucero de 211 kph. El techo estaba en los 5.490 metros, y su alcance llegaba a los 870 kilómetros. Estaba disponible con tren de aterrizaje de ruedas y también con flotadores.

**E**n la Guerra Civil española el Ju 52 se convirtió desde el comienzo en protagonista. Uno de ellos, que cubría la línea Barhurst-Villa Cisneros, fue requisado por los sublevados en Canarias y llevó a Alemania a la comisión que procuraría la ayuda militar. Se consiguieron 20 unidades, y entre sus primeras misiones destaca el primer puente aéreo de la historia, al transportar desde Marruecos a unos 14.000 hombres y unas 500 toneladas de material de guerra, durante los 4 meses que duró la operación.

**P**oco a poco los trimotores alemanes fueron transferidos a la unidad de bombardeo de la Legión Cóndor, creada en noviembre de 1936, y volaron misiones de ataque contra los puertos del Mediterráneo y contra Madrid. En total, 63 aparatos operaron en España hasta el fin de las hostilidades.

**A**l estallar la Guerra Mundial en 1939, la evaluación del potencial militar del

aparato llevó a los alemanes a construir una versión de bombardeo, y fue modelo básico para transporte de tropas, operaciones de control nocturno y lanzamiento de paracaidistas en Polonia, Noruega, Bélgica, Holanda, Creta, Norte de África y el frente del Este.

**E**n la posguerra el principal usuario del Junker fue Francia, con cerca de 400 ejemplares fabricados por Ateliers Aéronautiques de Colombes, de los que 85 prestaron servicios comerciales con Air France y otras líneas francesas. Sirvió en el ejército del aire y la aviación naval, y fue empleado en misiones de transporte y lanzamiento de paracaidistas en Argelia e Indochina. En España, Construcciones Aeronáuticas S.A. fabricó para el Ejército del Aire 170 unidades, la primera de las cuales voló en 1944. Intervinieron activamente en la guerra de Ifni en 1957-58. Volaron como aviones civiles en Finlandia, Suecia, varios países sudamericanos (en Argentina cubrían la ruta entre Buenos Aires y Bariloche, en los lagos patagónicos), China y Sudáfrica. La compañía IBERIA también utilizó un pequeño número. Diez ejemplares fueron reconstruidos en Gran Bretaña y entraron en servicio con British a finales de 1946. Los últimos aparatos militares en estado operativo fueron tres transportes de las Fuerzas Aéreas de Suiza, de los que dos se dieron de baja en 1983.

**E**l diseño de tres motores del Junker fue el gran modelo en los albores de la aviación comercial. Fue usado ampliamente en aviones norteamericanos como el Trimotor Ford, y en varios aviones italianos, y sólo quedó desfasado con la aparición del Douglas DC-3. Los modelos ahora reconstruidos conservan las ventanas panorámicas, los motores radiales de nueve cilindros, y el tren de aterrizaje fijo. El interior se ha remodelado y se le han incorporado los instrumentos de navegación modernos, que no existían en los años treinta. Además, bajo el piso de la cabina lleva las cajas negras electrónicas sin las que no se da el permiso para volar. Hay actualmente 20 pilotos cualificados para conducir estos aparatos; son pilotos de aerolíneas comerciales regulares, que lo hacen por vocación. A la cabeza de ellos está el comandante Burkhard Jacobfeuerborn, quien normalmente pilota los Boeing 373 de las rutas europeas de Lufthansa. Él expresa el sentimiento de todos sus colegas: “Soy muy feliz de poder volar el Tante Ju en mis días libres. Para mí, como piloto profesional, es un honor y un privilegio.”





# TAT Sumario



Septiembre/OCTUBRE 2009



**Túnez viene a nuestra portada para ofrecer a los Turoperadores y turistas españoles Tozeur y su excitante desierto del sur del país**

- **Compañías Aéreas Españolas** 6
- **Compañías Aéreas Extranjeras** 9
- **Aeropuertos** 17

## Reportajes

- **CZECH Airlines**  
*La Compañía para volar a Europa Central y del Este* 20
- **Jordania**  
*En diez escenas cortas* 27
- **Bolivia**  
*La gran desconocida* 30

## Entrevista

- **Moncef Ben Dhahbi**  
*Director para España y Portugal de Tunisair* 24
- **Claves del negocio turístico para salir de la crisis** 23

## Especial Oficinas de Turismo Extranjeras en España

- **Directorio de Oficinas** 33
- **Encuesta** 38
- **El turismo Cultural escapa a la crisis (Feria Internacional de Turismo Cultural de Málaga)** 58

## Turisem

- **Turismo de Empresas, Hoteles** 63

## Otras Secciones:

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

**PRESIDENTE - EDITOR**  
Antonio Flórez

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

**Director de Marketing y RREE.**  
Gonzalo Nates Contreras

**COLABORADORES**  
J. Antonio Fdez. Cuesta  
Alberto Rumschisky  
Javier Pérez-Portabella -  
Mafer - Javier Franco -  
Miguel Montes - Francisco Rivero

**CORRESPONSALES**  
Andalucía Occidental (Cádiz): Víctor Ocaña  
Canarias: Javier Franco  
Comunidad de Cataluña:  
Comunidad de Valencia:  
Roma (Italia): Carmen F. del Vando  
Miami (USA): R. Galiana  
Málaga (Costa del Sol): Anahi De Decker

**DISEÑO Y MAQUETACIÓN**  
M<sup>a</sup> Teresa Fernández - Adán Flórez - Raúl Flórez

**DIRECCIÓN, REDACCIÓN Y PUBLICIDAD**  
Méjico, 31 - 1<sup>a</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>a</sup> A  
28028 Madrid  
Teléf: 91 726 19 82  
E-mail: mafer@tatrevista.com

**PUBLICIDAD ANDALUCÍA**  
Anahi De Decker  
anahi@tatrevista.com  
telf 670 802 937

**PUBLICIDAD CANARIAS**  
Diana Publicidad  
Puerta Canseco, 47 - 1<sup>a</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)



# El sillón ideal.

Nueva Business Class de Emirates con butacas cama y sistema auto masaje. Fly Emirates. Keep discovering.

Todo ejecutivo se merece un digno despacho.  
Por eso, en nuestra Business Class le ofrecemos una butaca totalmente reclinable\* y una pantalla de gran dimensión con más de 600 canales además de un menú gourmet ofrecido por los mejores chefs internacionales. ¡Si sólo fuera siempre así el viajar por negocios!



  
Emirates

[emirates.com](http://emirates.com)

\*en vuelos selectos.

**400 premios internacionales y más de 100 destinos.** Más información llamando a su agencia de viajes ó a Emirates 915599897.  
Consulte las ventajas para nuestros viajeros frecuentes en [www.skywards.com](http://www.skywards.com)



## En agosto de 2009, el coeficiente de ocupación en conjunto se situó en el 82,4%

**E**l coeficiente de ocupación se situó en el 82,4 por ciento en el conjunto de la red, 1,8 puntos por debajo del nivel alcanzado hace un año, con un descenso respecto a agosto de 2008 del 4,4 por ciento en el volumen de oferta, y del 6,5 por ciento del tráfico, medido en pasajeros por kilómetro transportados (PKT). La compañía está corrigiendo gradualmente la caída del ingreso medio por PKT, aunque la demanda continúa

débil, especialmente en el segmento de negocios, y muy sensible al nivel de precios, principalmente en los mercados de largo radio.

Los coeficientes de ocupación en largo radio se situó en el 83,4 por ciento. En los vuelos de América Latina fue del 82 por ciento (-4,7 puntos).

En los destinos de Norteamérica, se situó en el 89,3 por ciento (-2,2 puntos).

En Europa geográfica subió 1,0 puntos respecto al año anterior, alcanzando el 83 por ciento.

En los vuelos europeos con origen o destino Madrid fueron menores el ajuste de la oferta (-6,6 por ciento) y la disminución del tráfico (-5,6 por ciento), mejorando el coeficiente 0,9 puntos.

En las rutas de África y Oriente Medio, la demanda aumentó un 4,3 por ciento, con un incremento del 8,4 por ciento en el volumen de capacidad ofertada.

En el sector doméstico mejoró 4,7 puntos respecto al año anterior, situándose en el 78,6 por ciento, con un incremento del 2,8 por ciento. ●



## Realizará en exclusiva el mantenimiento de las flotas MD80 y Airbus A330 y A340 de SAS

*\* Iberia Mantenimiento se encargará de las revisiones mayores (C y D) de la compañía escandinava*

**I**beria acaba de acordar con SAS Scandinavian Airlines la realización de las revisiones más importantes (C y D) de las flotas MD80 y Airbus A330 y A340 de la compañía escandinava. Iberia Mantenimiento se encargará en exclusiva de llevar a cabo esta labor en un periodo de dos años prorrogable hasta cinco años.

Para el próximo año se prevé realizar revisiones de los MD80 y de los Airbus A330 y A340 de esta aerolínea.

La revisión C, que se realiza cada 18 meses en los aviones de largo radio y cada 20 en los de corto y medio radio, comprende una inspección exhaustiva de la estructura, los sistemas y las zonas interiores y exteriores del avión. Entre otras cosas, incluye el desmontaje de frenos y ruedas, partes de los motores y de las alas, así como inspecciones de la estructura y de los tanques de combustible, entre otras cosas.

La revisión D, la más completa, es conocida como la Gran Parada y se realiza cada seis años. Supone una revisión estructural profunda del avión, que incluye la bajada de los motores para su inspección completa y la revisión de los trenes de aterrizaje y de los mandos de vuelo –timones, alerones, flaps–. Además, se realiza una prueba en tierra y en ocasiones un vuelo de prueba. Esta revisión suele tardar un mes en realizarse. ●

*En el Aeropuerto de Barajas*

## Iberia, AENA e INECO prueban nuevas maniobras que reducen el ruido y las emisiones

*\* Estos ensayos sobre vuelos reales forman parte de un proyecto de la Comisión Europea y de la autoridad aeronáutica norteamericana (FAA) para optimizar desde el punto de vista medioambiental las operaciones de transporte aéreo*

**I**beria, Aena y la empresa Ingeniería y Economía del Transporte (INECO) llevarán a cabo un estudio para comprobar el beneficio medioambiental que supone el uso de maniobras de descenso continuo (CDA) en el entorno de los aeropuertos. El estudio consiste en la realización de estas maniobras de aproximación por parte de algunos vuelos que aterrizan en el Aeropuerto de Madrid-Barajas con el objetivo de valorar en un entorno real la reducción de la contaminación acústica y la emisión de CO<sup>2</sup>.

Los vuelos de la compañía Iberia que participarán en este proyecto estarán autorizados a realizar la maniobra CDA en periodo nocturno, entre las 00:00 y las 06:00. Los aviones efectuarán un descenso continuo sin tramos horizontales, como se hace actualmente, y a régimen bajo de motor. Participan en el ensayo los modelos de avión Airbus 320 y 340. Los vuelos se han realizado durante todo el verano.

Esta actuación se enmarca dentro del proyecto AIRE (Atlantic Interoperability Initiative to Reduce Emissions), un acuerdo entre la Comisión Europea y la Autoridad aeronáutica americana (FAA) cuyo objetivo es optimizar desde el punto de vista medioambiental las operaciones de transporte aéreo. ●





*Iberia con Madrid 2016*

## Bautiza un avión olímpico

*\* En el fuselaje del avión figura el logotipo de Madrid 2016, de forma que trasladará el mensaje de apoyo a la candidatura madrileña a todos los destinos a los que vuele*

**I**beria ha presentado y bautizado, el pasado 8 de septiembre, el avión de la candidatura Madrid 2016, un avión Airbus A-321 de su flota, en cuyo fuselaje figura el logotipo de Madrid 2016, ciudad candidata para la celebración de los Juegos Olímpicos.

El acto, presidido por el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, y el presidente de Iberia, Antonio Vázquez, tuvo lugar en La Muñeza (Madrid), donde se encuentran las instalaciones de mantenimiento de Iberia.

Este avión, con matrícula EC-JZM y capacidad para 200 pasajeros, trasladó a la delegación oficial de Madrid 2016 a Copenhague el 30 de septiembre, para asistir a las votaciones del Comité Olímpico Internacional.



## Así son los aviones de la Liga

**L**as dos aeronaves que Air Europa ha puesto a disposición de la LFP forman parte de la flota de 11 Embraer modelo 195 recientemente adquiridos por la compañía del Grupo Globalia. Se distinguen por estar exteriormente rotulados con la imagen corporativa de la Liga.

Se trata de un avión de última tecnología, optimizado para la media y corta distancia, que ofrece notables prestaciones en comodidad y ahorro de combustible.

El Embraer 195 está propulsado por dos motores GF34-10E de General Electric con una autonomía de más de 4.000 kilómetros a una velocidad de crucero próxima a los 900 kilómetros por hora.

Este modelo, que viene configurado de fábrica para 122 pasajeros, ha sido rediseñado interiormente para adaptarse a las necesidades específicas de la LFP, atendiendo a criterios de máxima comodidad para los jugadores.

Se han eliminado 6 filas de butacas para lograr 24 plazas especiales, con una distancia entre asientos (pitch) de 1,52 mts, y otras 68 en configuración estándar. Una fila más —marcada en gris— se ha inutilizado para permitir el reclinatorio de los respaldos delanteros.



Juan José Hidalgo, presidente de Globalia, y José Luis Astiazarán, presidente de la Liga, sellan en el avión oficial de la Liga.



## Amplían en 18 nuevas rutas domésticas su acuerdo de cooperación comercial

**A**ir Europa y Spanair han firmado una ampliación del acuerdo de código compartido suscrito el pasado mes de marzo para rutas domésticas. Este nuevo acuerdo aumenta y mejora en 18 rutas la anterior oferta de vuelos en conexión en 13 rutas para los pasajeros de ambas aerolíneas.

Los nuevos vuelos operados por ambas compañías en código compartido son:

- Desde el 2 de julio los vuelos en código compartido se operan desde Madrid a Vigo, Tenerife Norte, Tenerife Sur; Las Palmas y Palma de Mallorca y desde Palma de Mallorca a Valencia y Alicante.
- Desde el 1 de octubre, los vuelos en código compartido se operarán desde Barcelona a Tenerife Sur, Lanzarote, Las Palmas, Menorca, Ibiza, Valencia, Vigo, Oviedo, Santiago, A Coruña, Bilbao y Alicante.



## Reorganiza su cúpula directiva

- \* *Dentro del negocio de transporte aéreo, se crean dos direcciones generales enfocadas una a la generación de ingresos y otra a mejorar la explotación del negocio*
- \* *Desaparece la dirección general de la Línea Aérea*
- \* *Se crea una dirección de Compras y Servicios para racionalizar los gastos*

**L**a principal novedad es que el negocio de transporte aéreo se divide en dos direcciones generales: una dirección general *Comercial y de Clientes*, enfocada a la generación de ingresos, y a cuyo frente se sitúa, Manuel López Aguilar. Y una dirección general de la *Producción*, orientada a mejorar la explotación, que dirigirá, Juan Bujía.

Como consecuencia de esta nueva organización, desaparece la dirección general de la Línea Aérea, al frente de la cual se encontraba Enrique Donaire.

La dirección general *Comercial y de Clientes* tendrá como objetivo fundamental el incremento de los ingresos, muy afectados por la actual crisis económica. Buscará nuevos clientes, y buscar nuevas y mejores fuentes de ingresos.

Por otro lado, la prioridad de la dirección general de la *Producción* estará orientada a mejorar la explotación en el área de transporte aéreo y aumentar su productividad, y poder competir con las compañías del entorno en los mercados en lo que opera **Iberia**.

Adicionalmente, crea una dirección de Compras y Servicios bajo la responsabilidad de José María Fariza, tendrá bajo su competencia las áreas de Sistemas, Compras, Inversiones e Inmuebles.

Finalmente se nombra a José Luis Ruíz de Castañeda de la Llave, director general de Mantenimiento e Ingeniería. ●

## AENOR certifica la reducción de emisiones de CO<sup>2</sup> del Puente Aéreo Madrid-Barcelona

**A**ENOR entregó a **Iberia**, el primer certificado de Marca AENOR Emisiones CO<sup>2</sup> Reducidas. Esta Marca acredita que la compañía ha reducido las emisiones de dióxido de carbono en el Puente Aéreo Madrid-Barcelona como consecuencia de la aplicación de varias medidas de mejora de la eficiencia.

**Iberia** ha logrado disminuir el volumen de emisiones de gases de efecto invernadero por la sustitución de los modelos Boeing 757 y McDonnell Douglas 87 y 88 por nuevos Airbus A319, A320 y A321 y por la instalación de nuevos asientos, más ligeros y ergonómicos, en el interior de los aviones.

El resultado de estos cambios ha sido la reducción en 2008 de las emisiones de CO<sup>2</sup> en

12.124 toneladas frente al escenario tendencial de 2007. Esta cifra representa un descenso porcentual de las emisiones de casi un 7% respecto a las que se habrían producido sin la renovación de la flota y de los interiores de los aviones en el servicio del Puente Aéreo. El ahorro de combustible que ha permitido esta reducción de emisiones equivale, según datos facilitados por **Iberia**, al combustible necesario para realizar 1.500 vuelos Madrid-Barcelona o a 75 viajes entre España y Nueva York. ●



## Vueling Incrementó su nivel de ocupación 3,7 puntos durante el segundo trimestre de 2009

- \* *La compañía ya ha transportado más de 20 millones de pasajeros en los cinco años desde su vuelo inaugural, el 1 de julio de 2004*

**V**ueling, mejoró su nivel de ocupación en 3,7 puntos porcentuales durante el segundo trimestre de 2009, pasando de un 69,4% en 2008 a un 73,1% en 2009. El nivel de ocupación del mes de junio también mejoró, en 2,6 puntos, llegando al 72,7%.

Con el cierre del mes de junio, **Vueling** cumplió 5 años exactos de operaciones; su vuelo inaugural, un Barcelona-Ibiza, despegó el 1 de julio de 2004. En este periodo de tiempo, la aerolínea ha transportado 20,48 millones de pasajeros. ●



**La Revista TAT también la tienes a tu disposición en nuestra web**

**www.tatrevista.com**

**La más completa información técnica del turismo la encontrarás en sus páginas.**

**28 años tomando el pulso del día a día a la actualidad del sector a través de reportajes, entrevistas, noticias y comentarios**

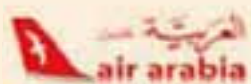


**Y no solamente verás el último número, encontrarás los años anteriores; así como el último**

**"Directorio de Compañías Aéreas de España'09"**



Imagen del bautizo del primer avión que ha realizado la nueva ruta.



## Nueva ruta Barcelona-Casablanca

**A**ir Arabia Maroc realiza desde el pasado junio, un nuevo vuelo desde el Aeropuerto de Barcelona que une la ciudad condal con Casablanca tres veces por semana -los martes, jueves y sábados a las 13 horas-. Este vuelo que se realiza con Airbus A320, se suma a los 23 destinos intercontinentales ya existentes desde el aeropuerto del Prat, entre los que destacan Filadelfia, Nueva York, Singapore, México, Toronto o Buenos Aires, entre otros. ●



## Absorción del sector de TUIfly city route

**A**ir Berlin PLC y TUI Travel PLC han aprobado positivamente la decisión por parte de la Comisión de la Competencia alemana de permitir la absorción del sector de TUIfly city route de la empresa Hapag-Lloyd Fluggesellschaft mbH (TUIfly), por parte de Air Berlin, lo que permitirá que se incluyan en su programación de vuelos de la Temporada de Invierno 2009-2010.

La absorción del sector TUIfly city route, permite fortalecer la presencia de Air Berlin en los mercados de Colonia, Stuttgart e Italia.

Una parte importante del actual acuerdo aprobado consiste en que todos los anteriores city routes pasan a formar parte de la responsabilidad comercial de Air Berlin, con el comienzo de la Programación de Vuelos de Invierno 2009-10 (el 25 de Octubre de 2009). ●

## Estrena tres líneas directas desde Jerez a Alemania

**A**ir Berlín sigue reafirmando su apuesta por el aeropuerto de Jerez también en la temporada de invierno y, por primera vez, ofrece vuelos directos a un total de tres ciudades de Alemania. A partir del 2 de noviembre de 2009, unirá también por primera vez, cada lunes, Jerez con Frankfurt y Stuttgart.

Mantendrá el vuelo semanal directo desde Jerez a Dusseldorf que ya opera desde principios del verano. Este vuelo se realiza los viernes. ●

## 30 años en la industria como socio fiable para Baleares y toda España

**E**n tiempos económicamente difíciles como los que atravesamos, Air Berlín sigue siendo un socio fiable para Baleares y España, según afirmó su director general, Álvaro Middelmann en la presentación de la programación de los vuelos de la Temporada de Invierno 2009/10. Con 228 vuelos semanales directos -sin incluir los vuelos nacionales españoles- la línea aérea sigue siendo el líder europeo en vuelos desde Palma de Mallorca a Alemania, Austria, Dinamarca y Suiza.

La novedad es la oferta de cinco vuelos semanales directos desde Palma a Karlsruhe/Baden-Baden, incremento de los vuelos a Copenhague y a Paderborn. Se ofrecerá también por primera vez una conexión semanal desde Jerez de la Frontera a Francfort, Dusseldorf y Stuttgart. En el segundo trimestre de 2009, el volumen de ventas consolidado se redujo un 3,8% frente al mismo periodo del año anterior, debido a recortes de capacidad planificados. El número de



pasajeros se redujo un 5,5%, bajando a 7,245 millones, disminución menor de la que refleja la media europea en el ramo. A pesar del contexto desafiante del mercado, Air Berlín que conecta 73 ciudades en 22 países, ha conseguido mejorar su posición relativa en lo que a vuelos europeos se refiere, con la flota más moderna y joven. Como primicia, anunció que este invierno Madrid estará conectada a diario con el hub de Palma. Antes de finalizar la rueda de prensa, se refirió a la celebración el pasado mes de abril de los 30 años desde la creación de la compañía y a los 20 años de la caída del muro de Berlín, ciudad a la se le ha concedido el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia. ●

J.A.F.C.



## Volará a Fuerteventura

**L**a línea aérea de bajo coste alemana refuerza su compromiso con el mercado español y, concretamente, con las Islas Canarias con el anuncio del inicio de los vuelos a Fuerteventura.

A partir del 7 de noviembre, volará todos los sábados desde el aeropuerto de Colonia/Bonn hacia la isla canaria de Fuerteventura.

Con la incorporación de Fuerteventura entre los destinos de invierno de Germanwings, el mercado español, y concretamente las Islas Canarias se convierten en un mercado prioritario para la compañía donde ya son tres las ciudades a las que volará en su calendario de vuelos de invierno (Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife desde Colonia/Bonn). ●



## Celebra en España su primer Top Tam

**L**a compañía aérea brasileña **TAM** ha celebrado el primer **Top TAM** España en el que se premiaron a las agencias de viaje que más han vendido los servicios de **TAM**.

El director gerente de la compañía en España, Jorge de Jesús hizo entrega durante un evento en Madrid de los galardones a las agencias que más han destacado en sus ventas, siendo el primer lugar El Corte Inglés, también recibieron su premio entre otros: Viajes Ecuador, Viajes Iberia, Transfronteras, Dominicana Tours.

**TAM** lidera el mercado doméstico brasileño desde 2003 y actualmente vuela a 42 destinos dentro de Brasil, y opera líneas internacionales a 17 destinos en EE UU, Europa y América del Sur. Su flota está compuesta por 130 aviones, de ellos, 123 son Airbus de distintos modelos.

Desde diciembre de 2007 tiene vuelos diarios Madrid-Sao Paulo, con avión A-330 y una configuración de primera y turista. ●



**Lufthansa**

## Un aumento del 24% en sus frecuencias desde España para la próxima temporada

*\* A partir del 25 de Octubre, ofrecerá 295 vuelos semanales frente a los 238 del invierno 2008/9*

**L**ufthansa contará para la nueva temporada de invierno 2009/2010 con un considerable aumento de sus frecuencias desde España. A partir del 25 de octubre incorporará a sus actuales frecuencias un nuevo quinto vuelo diario Madrid- Frankfurt, una tercera frecuencia diaria excepto domingos Madrid-Düsseldorf, así como un tercer vuelo diario Bilbao-Munich. En total, 20 vuelos adicionales cada semana con los que **Lufthansa** ofrece un total de 295 vuelos semanales desde España, lo que supone un aumento del 24% en comparación con la temporada de invierno 2008/9.

El nuevo quinto vuelo diario operado por **Lufthansa** en la ruta Madrid-Frankfurt, amplía las posibilidades de conexión con la red mundial de la compañía.

Otras novedades es el tercer vuelo diario adicional (excepto domingos) entre Madrid y Düsseldorf, con óptimos horarios que permiten incluso ir y volver en el mismo día.

En Bilbao se produce un importante crecimiento con una tercera frecuencia diaria entre Bilbao y Munich.

Durante los últimos 12 meses, **Lufthansa** ha aumentado un 46% sus vuelos desde Madrid, un 34% desde Bilbao y un 9% desde Barcelona. ●



## Nueva línea Valencia-Lisboa

**A** partir del próximo 25 de Octubre, **TAP** inicia su operación Valencia-Lisboa, con dos vuelos diarios, siendo Valencia la octava ciudad española incluida en la red de **TAP**.

Los nuevos vuelos operados con aviones Beechcraft, de 19 plazas, saldrán de Valencia a las 7:00h. y a las 12:15h cada día, llegando a Lisboa a las 7:55h y a las 13:10h. En sentido inverso las salidas de Lisboa serán a las 8:00h. y a las 19:20h,

con llegada a Valencia a las 11:35h y a las 22:15h. Además de Valencia, **TAP** ofrece sus vuelos en diversas ciudades españolas con una operación multifrecuencia diaria: En Madrid y Barcelona con destino a Lisboa y Oporto, una media de 17 vuelos diarios; En Bilbao, Málaga y Sevilla, 2 vuelos en cada ciudad y en La Coruña y Pamplona, un vuelo. En total 27 vuelos diarios cada día con origen en España y destino Portugal. ●



## Firma un acuerdo a largo plazo con Amadeus

**E**l Grupo **SAS**, ha firmado un acuerdo de Full Content (o "contenido completo" del inventario) por cinco años con **Amadeus**. Esta alianza garantiza el acceso de los agentes de viaje a todas las tarifas e inventario de **SAS**, Scandinavian Airlines, Widerøe, Blue1 y Estonian Air.

En virtud del contrato firmado entre las dos compañías se asegura que los horarios, tarifas, disponibilidad de plazas y toda la información relacionada disponible a través de **Amadeus** será la misma que en el resto de canales de venta de la compañía en todo el mundo. ●





## Reducción de capacidad

**A**merican llevará a cabo una reducción de capacidad en sus rutas internacionales como parte de su esfuerzo por adaptarse a las dificultades a las que se enfrenta la industria aérea actual. Estas reducciones, que supondrán un 5.5% menos de asientos disponibles que en el segundo semestre del 2008, comenzó en agosto, afectando entre otras a la ruta Madrid Miami que sustituirá su actual equipo B777 por un B767 con dos clases de servicio.

En Europa estos cambios implican principalmente la reducción de frecuencias, una ruta pasará a ser estacional suspendiéndose la operación durante la temporada de invierno, y otras rutas serán operadas con equipos más pequeños, como es el caso de la ruta Barcelona-Nueva York, que a partir de finales de octubre será operada por los nuevos B757 con dos clases de servicio. ●



## Aprobación final del Departamento de Transporte para unirse junto a United la alianza con inmunidad antimonopolio, Star Alliance

**E**l Departamento de Transporte de los Estados Unidos (DOT) ha aprobado la solicitud de **Continental Airlines** (NYSE: CAL) para unirse a la existente alianza con inmunidad antimonopolio entre United Airlines y otras ocho aerolíneas de Star Alliance.

**Continental Airlines** es la quinta aerolínea más grande del mundo. **Continental**, junto con *Continental Express* y *Continental Connection*, tiene más de 2.750 salidas diarias en toda América, Europa y Asia, dando servicio en 133 destinos domésticos y 132 internacionales. Con más de 43.000 empleados, Continental dispone de "hubs" que dan servicio a Nueva Cork/Newark, Houston, Cleveland y Guam y, junto con sus socios regionales, transporta aproximadamente 67 millones de pasajeros al año.

Además de United, los ocho miembros de Star Alliance a los que el DOT

les ha concedido la aprobación para la alianza antimonopolio son Air Canada, Austrian, bmi, Lufthansa, LOT Polish Airlines, Scandinavian Airlines (SAS), SWISS y TAP Air Portugal. ●



## Resultados Económicos para los primeros seis meses de 2009

**L**a cifra de negocios del **Grupo Lufthansa** para los seis primeros meses del año 2009 ascendió a 10.200 millones de euros, un 15,2% menos que en el mismo periodo del año anterior. Los ingresos por transporte han descendido en un 19,3% hasta los 7.800 millones de euros. Esto se ha debido principalmente al descenso de las cifras de pasajeros y de mercancías, así como al retroceso de la media de ingresos por pasajero. En total, los rendimientos de explotación del Grupo se han reducido en el periodo de referencia hasta los 11.600 millones de euros, acusando un descenso del 10,1%.

Los gastos de explotación han disminuido a lo largo de los primeros seis meses del año un 4,8%, hasta los 11.600 millones de euros. Esto se ha debido esencialmente a que los gastos en carburante se han reducido en 897 millones de euros, lo que representa una bajada del 36,6%, atribuible a la disminución tanto de los precios como de las cantidades. Las tasas se han situado en un 2,5% por debajo del valor del año anterior.

El resultado de explotación del Grupo para los primeros seis meses del año ha sido de ocho millones de euros, 669 millones de euros menos que en el mismo periodo del año anterior. ●



## Lanza vuelo diario de New Delhi-Hong Kong

**J**et Airways, lanza su segundo vuelo diario a Hong Kong desde India, con vuelo diario Delhi-Hong Kong con el moderno Airbus de fuselaje ancho 330-200.

Los nuevos vuelos diarios facilitarán viajes de negocio y ocio entre la capital India y la base comercial del Este, Hong Kong.

Con la *clase Première (Business Class)* de **Jet Airways** los clientes podrán disfrutar de camas completamente horizontales de 180° con configuración en espiga que asegura un fácil acceso al pasillo desde cada asiento, una mesa de gran tamaño, acceso a laptop, teléfono, SMS, Email. Los pasajeros *Primère* podrán también elegir un delicioso menú de Cocina India o no India, y una extensa lista de vinos. ●



## El cuarto A330 entra en servicio en la ruta a Osaka



**E**l cuarto Airbus A330 de Finnair ha entrado en servicio recientemente en la ruta Helsinki-Osaka. Desde el pasado mes de abril, los vuelos de larga distancia de Finnair a Nueva York, Delhi y Nagoya también se realizan con aviones de la nueva flota. La compañía recibirá el último A330 de los cinco previstos este año el próximo mes de noviembre.

El nuevo A330 ofrece más confort y comodidad con un interior de cabina totalmente renovado por Finnair, más opciones de entretenimiento y la posibilidad de enviar mensajes de texto y correos electrónicos a redes terrestres.

## Comienza la transformación del aeropuerto de Helsinki

*\* Los pasajeros de Finnair entre España y Asia disfrutarán de mejores conexiones y áreas de descanso en la nueva terminal*

**H**a sido inaugurada la primera fase de una nueva terminal en el aeropuerto de Helsinki-Vantaa, en Finlandia. Con esta apertura, los pasajeros de Finnair que vuelen entre España y Asia vía Helsinki podrán disfrutar de mejores áreas de descanso y de una mayor rapidez en las formalidades de los vuelos de conexión.



La ampliación y las innovaciones del aeropuerto de Helsinki-Vantaa son fruto del trabajo conjunto entre Finnair y Finavia para proporcionar unos servicios de tránsito cada vez más eficientes y cómodos a los pasajeros entre Europa y Asia.



## Lanza un vuelo directo desde Barcelona a Atenas a Montreal y Toronto

**A**ir Canada abrirá las rutas Montreal-Barcelona y Montreal-Atenas así como Toronto-Barcelona y Toronto-Atenas entre el 3 de junio y el 18 de octubre de 2010 a tiempo para planificar las vacaciones del año que viene.

Los vuelos serán operados por Boeing 767-300ER de 244 plazas que ofrecen el mejor servicio para los viajeros de vacaciones, con la opción de viajar también cómodamente en la cabina delantera.

En Barcelona, los vuelos de conexión estarán disponibles con el Partner de Star Alliance, Spanair, a y desde Palma de Mallorca, Ibiza, Alicante, Málaga y Sevilla.

## AL VUELO



► **Malev** presentó en junio su tercer destino en Ucrania: la ciudad de Uzhhorod, en la región de los Transcárpates. Situada al oeste del país, en la frontera con Eslovaquia y cerca de Hungría, Uzhgorod es la capital del Oblast de Transcarpatia y un importante centro administrativo. Con una frecuencia de dos vuelos semanales, este vuelo enlaza Budapest con la región ucraniana por medio de los aviones Embraer 120, con capacidad para 30 pasajeros.

► **Malev**, desde finales de julio, ha incorporado a su red dos destinos en Eslovaquia por medio de un servicio de transporte terrestre exprés que desplazará a los pasajeros a su hub del Aeropuerto de Budapest, facilitando el acceso a toda su red de vuelos europeos. Los autobuses directos que enlazan la capital eslovaca, Bratislava, y la ciudad de Kosice, son operados por la empresa Budapest Airport Minibús y representan una opción ideal para todos los pasajeros que vuelan a Budapest y deseen visitar dos de los principales centros urbanos de Eslovaquia, ubicados a 160 y 260 kilómetros, respectivamente, de la capital húngara.

► **Monarch**, lanzará este invierno nuevas rutas a los aeropuertos de Birmingham, Londres Gatwick, Londres Luton y Manchester desde Fuerteventura. Desde el 21 de Octubre 2009, un vuelo a la semana operará desde Fuerteventura a Birmingham, Londres Gatwick y Londres Luton y hasta dos vuelos semanales operarán a Manchester. Los vuelos para viajar hasta el 27 de marzo 2010, con tarifas desde 54€ sólo ida, tasas incluidas.

► **Air France y Armavia** comercializan cuatro vuelos semanales en código compartido entre París y Yereván (Armenia) y cinco entre Yereván y París. En París-Charles de Gaulle, los vuelos operados por **Armavia** llegan a la terminal 2C, ofreciendo a los clientes nuevas conexiones y posibilidades con la red global de **Air France**.

► **Airbus** ha lanzado un estudio para reforzar la recuperación de datos de vuelo, incluyendo, aunque no estando limitado a, una transmisión de datos extendida para aviones comerciales, de forma que en caso de accidente, la información de vuelo crítica pueda ser recuperada y enviada a las autoridades investigadoras.

El estudio será llevado a cabo por Patrick Gavin, Responsable de Ingeniería en **Airbus**, y por Charles Champion, Responsable de Servicios al Cliente, y necesitará dar respuesta a problemas tecnológicos, así como a preocupaciones sobre protección de datos y privacidad. **Airbus** incluirá a socios industriales, como instituciones de investigación, y autoridades internacionales de aviación civil en este estudio.



## AL VUELO

► El pasado julio el Ministerio de Transporte de la Unión Europea levantó el veto impuesto a **Garuda Indonesia**, vigente desde julio del 2007.

Después de dos años de veto operacional, **Garuda Indonesia** reanudará sus vuelos desde dos puntos europeos: Amsterdam y Frankfurt, previstos para los meses de marzo o junio del próximo 2010, operados por Airbus 330-200.

► **TAM**, compañía brasileña y **Amadeus**, anuncian un acuerdo tecnológico de 10 años de duración para dotar a **TAM** de un sistema de gestión del pasaje de última generación. **Amadeus** sustituirá muchas de las aplicaciones convencionales empleadas actualmente por **TAM** por una única plataforma integrada basada en la solución *Altéa Customer Management Solution*.

► **Airbus** ha entregado su avión número 4.000 de la Familia A320 a la compañía brasileña **TAM**.

El avión, un A319, está propulsado con motores IAE, y configurado en una confortable clase única para acomodar 144 pasajeros.

**TAM** se convirtió en operador del Airbus A319 en 1998 con un histórico pedido combinado de 90 aviones, junto a las compañías TACA y LAN. Actualmente la línea aérea opera una flota de 123 aviones Airbus. Más de 350 aviones Airbus se encuentran operativos en América Latina con 22 compañías.

► **TAP - Green Way** en Lisboa, Madeira y Oporto, es un producto exclusivo para los clientes *tap/executive*, *tap/plus*, y para los pasajeros que tengan la tarjeta *Gold* o *Silver* del programa *Victoria*, así como los que tengan la tarjeta *TAP Amex Platinum*.

El **Green Way** es un canal prioritario que facilita el control de seguridad y rayos X, y hace más rápido y fácil el acceso a la sala de embarque.

► **TAP** ofrece un nuevo portal *TAP mobile*, para los pasajeros que tengan internet en su móvil, para poder consultar todas las informaciones sobre su viaje a cualquier hora y en cualquier lugar a través de las direcciones <http://mobile.flytap.com>, <http://mobile.flytap.pt> o <http://mobile.flytap.com.br>.

► **Lufthansa** ofrece a sus clientes nuevas opciones de viaje en EE.UU. y Puerto Rico gracias a un acuerdo de códigos compartidos con la aerolínea estadounidense JetBlue. Los vuelos de *JetBlue* a los siguientes destinos se ofrecerán en el futuro con código de **Lufthansa**: Buffalo, Syracuse, Rochester, Pittsburg, Raleigh-Durham, Austin, Nueva Orleans, Tampa, Fort Lauderdale, Fort Myers, West Palm Beach y San Juan. Los pasajeros que se dirijan a dichos destinos pueden volar inicialmente con **Lufthansa** desde Frankfurt y Munich al aeropuerto John F. Kennedy de Nueva York o a Boston y realizar allí de forma sencilla su tránsito al vuelo de conexión de *JetBlue* con código de **Lufthansa**.



## Recibe su primer A320

**Juneyao Airlines**, una línea aérea privada, con sede en Shanghai, ha recibido su primer A320 durante una ceremonia en Toulouse, Francia.

**Juneyao Airlines** opera actualmente 10 aviones Airbus en régimen de "leasing" —dos A319 y ocho A320— con otros 10 A320 más previstos para incorporarse a la flota para finales de 2012, mediante compra o "leasing" operativo.

El avión, el primero de seis pedidos en junio de 2007, está propulsado por motores CFM56 y acomodará 158 pasajeros en una configuración en dos clases, incluyendo ocho butacas de *primera clase*. La línea aérea planea operar los A320 en rutas entre Shanghai y algunos de los destinos turísticos más populares en China, así como a otros destinos en Asia.



## Vuelos diarios Madrid-Doha

**Qatar Airways** ha anunciado el lanzamiento de sus vuelos diarios Madrid-Doha, que estarán operativos a partir del 2 de diciembre, coincidiendo así con el cuarto aniversario del lanzamiento de la línea aérea en España y como parte de su ambicioso plan de expansión europeo.

**Qatar Airways**, la única línea aérea que ofrece vuelos entre el Golfo y España, pasará de ofrecer cuatro servicios semanales a operar con servicios diarios, ofreciendo a los pasajeros muy buenas conexiones a una amplia red de destinos, tanto de negocios como de ocio, entre los que cabe destacar Bahrein, Dubai, Kuwait, Muscat, Bangkok, Delhi y Maldivas.

De esta manera, **Qatar Airways** continúa posicionándose en España, consolidando su fuerte reputación desde su llegada al mercado español, en diciembre del 2005 con 3 vuelos semanales a Madrid.



## Inicia vuelos entre España y Bahrein

\* **La compañía estrena nuevo destino desde Madrid, Barcelona y Bilbao vía Frankfurt a partir de Noviembre**

**A**demás de ser famoso en nuestro país por su circuito de F-1, España y Bahrein también tienen en común importantes vínculos comerciales. Es más, según el ranking de 2009 de la revista Forbes, Bahrein es uno de los países árabes que mejor marco para los negocios ofrecen. Por eso Condor lanza a partir del próximo mes nuevos vuelos directos entre Frankfurt y este nuevo destino en el Golfo



Pérsico, con conexiones desde Madrid, Barcelona y Bilbao en colaboración con Lufthansa.

La ruta operará dos veces por semana, los lunes y los martes, a partir del 2 de Noviembre de 2009.

Tanto para ver a Fernando Alonso vestido por primera vez de Ferrari en una carrera oficial de F-1 como para viajes de negocios, los vuelos a Bahrein están ya disponibles en [www.condor.com](http://www.condor.com).



**AIRFRANCE**

## Primera salida del Airbus 380 con la librea de Air France

**E**l primer Airbus A380 de **Air France**, ya ha sido pintado con los nuevos colores de la compañía en Hamburgo-Finkenwerder.

Este avión se pondrá en servicio en el mes de noviembre de 2009 para realizar un vuelo diario entre París-Charles de Gaulle y Nueva York-JFK.

El A380 tiene capacidad para 538 pasajeros repartidos en tres clases: 80 asientos en *Affaires/Clase Business* y 106 en *Voyageur/Turista*, en el puente superior; 9 pasajeros en *La Première/Primera Clase* y 343 en *Voyageur/Turista*, en el puente principal.

Equipado con cuatro motores GP7200 especialmente desarrollados por Engine Alliance, el A380 de **Air France** alcanza una distancia máxima de 13.000 km. El A380 presenta uno de los más bajos niveles de consumo de combustible por pasajero de los aviones de su generación.

**Air France** ha pedido 12 Airbus A380, cuatro ejemplares de los cuales se pondrán en servicio durante el invierno de 2009 y la primavera de 2010.



## Presenta avión con imagen conmemorativa de sus 80 años

**C**on motivo de la celebración de sus 80 años de existencia, veintiuna aeronaves de **LAN** vuelan con la imagen especialmente diseñada para festejar este aniversario.

Durante el presente año y hasta marzo de 2010, algunos aviones de su flota que operan las rutas nacionales, regionales y de largo alcance internacional llevarán en su fuselaje la imagen conmemorativa de aniversario.

El primer avión de la flota de **LAN** que exhibe la imagen es un Airbus A340 que opera destinos internacionales en Europa, Australia y Estados Unidos, entre otros puntos.

## AL VUELO

► **Ryanair**, opera una nueva ruta desde Jerez a Madrid, a partir del 1 de octubre. Con estas nuevas aperturas, **Ryanair** llegará a la cifra de 326 rutas de bajo coste en España. Esta nueva conexión entre Jerez y Madrid, cuenta con tres frecuencias semanales, pasando a ser diaria desde el 25 de octubre de este año.

► **Jet Airways**, compañía aérea de India, ofrece un segundo vuelo diario a Bangkok desde Mumbai con nuevos Boeing 737-800, desde el pasado 16 de Agosto. La compañía opera vuelos diarios a Bangkok desde Mumbai, así como desde Delhi y Kolkata.

► **Iberia** ofrece una carta completamente renovada con nuevos menús y mejoras tanto en calidad como en cantidad. Entre las novedades se ha incorporado una cuidada oferta gastronómica en el servicio principal (almuerzo o cena), compuesta por platos muy elaborados e inéditos en el transporte aéreo como la fideuá. Entre horas y, dependiendo de la duración del vuelo, también se servirán bebidas, frutos secos, dulces o sándwiches. Asimismo, **Iberia** ha dado un giro en el diseño del segundo servicio que se ofrece a bordo (merienda o desayuno). Se trata de un nuevo formato de presentación de menú: una moderna caja que incluye bocadillo o croissant, bollería, fruta natural y chocolatina; un servicio más cómodo y rápido que permitirá al pasajero tener más tiempo para el descanso.

► **Iberia** ofrece precios excepcionales para volar a las capitales del Este europeo y a diferentes ciudades del Norte de África. Todos los vuelos salen de la Terminal 4 del aeropuerto madrileño de Barajas y los precios son finales. Praga desde 175€, Varsovia desde 200€ y Bucarest desde 168€, todas las ofertas son ida y vuelta. Norte de África, por 101€ a Marrakech, 70€ a Tánger, 105€ a Casablanca y 360€ a El Cairo. Estas ofertas no requieren un mínimo de estancia en el destino elegido ni compra anticipada.

► **Iberia**, este verano ha batido todos los récords de emisión de tarjetas de embarque por internet, con más de 14.000 tarjetas diarias. El proceso es totalmente gratuito y se realiza de un modo sencillo, utilizando el código de reserva del billete o con el número de *Iberia Plus*. Se puede realizar toda la gestión desde el día anterior, y hasta dos horas antes de la salida programada del vuelo. Y así acceder a la puerta de embarque sin necesidad de pasar por los mostradores de facturación.

► **Vueling**, lanzó un concurso, a nivel europeo, para que sus fans puedan bautizar cinco de los 18 nuevos aviones que se han incorporado a la flota de la compañía a raíz de su fusión con *Clickair*, proceso que culminó el pasado 15 de julio. La flota resultante de la fusión está compuesta de 35 Airbus A-320.

Además de los cinco nombres que surgirán del concurso, la aerolínea ya cuenta con una sugerencia para un sexto avión, "*Clic on Vueling*", a iniciativa de los empleados de la propia compañía.



Nuevos tiempos  
Nuevos trenes

renfe

**Ha llegado  
el momento de escapar**  
tren+hotel

**nh**  
HOTELES

**TRYP**  
HOTELES

**MELIÀ**  
HOTELS & RESORTS

  
**100**  
escapadas  
desde

**57€**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE FOMENTO

Consíguelo sólo en **agencias de viajes**.  
Es un producto **Iberojet, Iberrail y Viajes El Corte Inglés**.



# ¡Nuevos horarios y más conexiones!

Con motivo de nuestro 80 aniversario y con el afán de dar un mejor servicio a nuestros pasajeros LOT Líneas Aéreas Polacas modifica el horario de sus vuelos desde/hacia Madrid a partir del próximo día 26 de octubre de 2009.

Los horarios de los nuevos vuelos que permitirá ir y volver en el mismo día serán los siguientes:

Madrid - Varsovia 06.15 - 09.55

Varsovia - Madrid 16.55 - 20.45.

Los nuevos horarios ampliarán nuestra red de conexiones desde Madrid a Europa del Este y Estados Unidos, así como mejorar las conexiones a puntos domésticos en Polonia.



Los vuelos con origen y destino Barcelona mantienen los horarios habituales. La compañía operará 12 vuelos semanales desde España a Varsovia en la temporada de invierno 2009-2010

ofreciendo una amplia gama de tarifas ajustadas a las necesidades de cada pasajero. El cargo por carburante ha sido reducido en las tarifas más económicas. ☺



## LA APLICACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL líder en España con 3.500 instalaciones

Facturación electrónica, Informes a clientes vía web y envío de documentación por e-mail



Captura Registros RVR de **renfe**

Captura de Reservas de GDS



Captura datos de los sistemas de reservas de las mayoristas de viajes



Liquidaciones TASF a partir del fichero facilitado por IATA

Actualización de comisiones de los proveedores desde Internet y generación de fichero de AMEX y...



¡mucho más!



Envío de mensajes a móviles desde las aplicaciones Orbis



Sistema integrado de venta de seguros con todos los productos de TAEDS



Concilia automáticamente las liquidaciones de BSP a partir del fichero PDF



C/ Estanislau 6 A bajo - 12004 CASTELLÓN  
Tel: (962) 10 19 44 - Fax: (964) 22 12 00  
castellon@pipeline.es

C/ Usares, 14 Locales 2 y 3 - 28025 MADRID  
Tel: (91) 542 28 88 - Fax: (91) 547 67 62  
madrid@pipeline.es

Cataluña: (928) 89 81 01 - cataluña@pipeline.es  
Cataluña: (933) 201 59 51 - cataluña@pipeline.es  
Andalucía: (957) 63 56 51 - andalucía@pipeline.es

www.pipeline.es

www.aavv.com





## Los aeropuertos de Aena registraron más de 21 millones de pasajeros en agosto de 2009

**L**os aeropuertos de Aena registraron más de 21 millones de pasajeros, superaron los 210.000 vuelos y transportaron cerca de 44.000 toneladas de mercancías en agosto de 2009. Estas cifras, que se enmarcan en una situación actual de desaceleración en el sector del transporte aéreo debido a la crisis económica mundial, reflejan un descenso de pasajeros (-5,5%), operaciones (-7,8%) y mercancías (-11,5%) con respecto al mismo período de 2008. El número de pasajeros correspondientes a vuelos nacionales ha moderado su descenso de forma sustancial en los últimos meses, ya que ha pasado del 12,8% de retroceso en mayo a un descenso del 1,3% en agosto.

### Pasajeros

Del total de 21.044.559 pasajeros que utilizaron los aeropuertos de Aena, 20.931.692 correspondieron a vuelos comerciales (-5,5%) y, de ellos, 13.068.662 fueron de vuelos internacionales (-7,9%) y 7.863.030, de vuelos nacionales (-1,3%).

Madrid-Barajas, con 4.701.206, fue el que registró más pasajeros, con un descenso del 1,4%, seguido de Palma

de Mallorca con 3.061.359 (-8,3%), Barcelona-El Prat con 2.887.866 (-7,7%), Málaga con 1.380.435 (-8,8%), Alicante con 1.108.512 (3,2%), Ibiza con 977.259 (0,7%) y Gran Canaria con 754.161 (-13,4%). Por crecimientos porcentuales, destacan los aeropuertos de Burgos (58,4%), Reus (35,8%), Santander (27,6%) y Santiago (17,1%).

### Operaciones

Los aeropuertos sumaron un total de 210.345 operaciones, lo que supone un descenso del 7,8% respecto al mismo período del año anterior. De estos movimientos, 176.406 son vuelos comerciales (-9,9%), de los que 92.654 fueron internacionales (-9,8%) y 83.752 tuvieron carácter nacional (-9,9%). Respecto al tipo de vuelo, 151.494 fueron regulares (-6,9%) y 22.990 chárter (-22,5%).

Por aeropuertos, Madrid-Barajas continúa siendo el que registró más operaciones del conjunto de la red, con 36.644 vuelos (-4,3%), seguido de Barcelona-El Prat con 24.412 (-12,5%), Palma de Mallorca con 22.483 (-9,8%), Málaga con 11.386 (-13,4%), Ibiza con 9.903 (-5,1%), Gran Canaria con 8.179 (-18,1%), Alicante con 8.145 (-3,6%) y Valencia con 7.460 (-14,3%).

### Tráfico de Enero a Agosto

Los 47 aeropuertos de Aena y el Helipuerto de Ceuta, registraron desde enero a agosto un total de 127.831.418 pasajeros, el 10,6% menos que en el mismo período del año anterior. Las operaciones fueron 1.483.988, el 11,8% menos. El tráfico de mercancías supuso 348.306 toneladas, el 17,1% menos. ●



## Aeropuerto de Ciudad Real, ha sido convertido en Internacional

**E**l Gobierno ha convertido mediante la correspondiente publicación en el BOE del pasado 12 de septiembre, al aeropuerto de Ciudad Real, en el primer aeródromo internacional privado de uso público en España. El primer accionista de "CR Aeropuertos S.L.", empresa que lo gestiona, es Caja de Castilla-La Mancha, la orden ministerial que autorizó dicho cambio fue firmada por la vicepresidenta, María Teresa Fernández de la Vega. ●



## AENA publica un nuevo libro de la colección "Descubrir" dedicado a "Las mujeres en la aeronáutica"

*\* Pretende aportar un punto de vista diferente sobre la inserción de la mujer en este sector así como el papel que ha desempeñado a lo largo del tiempo*

**"D**escubrir las mujeres en la aeronáutica" es el nuevo título que ha editado el Centro de Documentación y Publicaciones de Aena.

Desde los años finales del siglo XIX hasta la década de los treinta del siglo XX, las mujeres fueron contempladas en este sector como un aeronauta "anecdótico" o "excepcional", propio de exhibiciones lúdico-festivas, pero que no fue seriamente valorado por sus compañeros varones como un igual a la hora de compartir la cabina de un aeroplano.

Fue a partir de la Segunda Guerra Mundial, conflicto en el que las mujeres desempeñaron un papel esencial, no sólo probando y tripulando aviones (e incluso combatiendo como en el caso de la URSS), sino también en la industria aeronáutica, cuando empezaron a darse los primeros pasos para reconocer la valía de la mujer aviadora en este sector. ●



## El Aeropuerto de Madrid-Barajas registró en agosto más de 4,7 millones de pasajeros, con un total de 36.644 vuelos, 1,4% menos que en el mismo periodo 2008

**E**l Aeropuerto de Madrid-Barajas ha operado durante el pasado mes de agosto un total de 36.644 vuelos, con más de 4,7 millones de pasajeros.

El número total de pasajeros que han utilizado las instalaciones del Aeropuerto de Madrid-Barajas ha sido de 4.701.206 lo que supone un descenso del 1,4% respecto al número de pasajeros registrados durante el mismo mes del pasado año. Del total de viajeros, 2.910.877 corresponden a vuelos internacionales, (un 2,9% menos) y 1.762.331 a vuelos nacionales, (un 1,5% más).



En cuanto al origen y destino de estos pasajeros, durante dicho mes el principal destino nacional ha sido Barcelona, seguido de Palma de Mallorca, Tenerife, Ibiza y Gran Canaria. Asimismo, en el ámbito internacional, los destinos más destacados han sido Londres, París, Lisboa y Roma.

Además, cabe mencionar otros destinos turísticos elegidos por los pasajeros en agosto que experimentaron un importante incremento de operaciones con respecto a otros meses. Este es el caso, entre otros, de Olbia, Catania y

Palermo, en Italia; Sabiha Gokcen, en Turquía; Cancún, en México, y Oujda, en Marruecos.

Asimismo, durante dicho mes, las cerca de 100 compañías aéreas que operan en el Aeropuerto de Madrid-Barajas han ofertado vuelos a más de 230 aeropuertos repartidos por todo el mundo.

De los 36.644 vuelos, 20.944 fueron internacionales y 15.626 nacionales. Por lo que a tipo, 34.800 fueron operaciones regulares y 1.435 chárter, un 1,9% más. ☺



## La alianza One World, Vueling y otras compañías ya operan en la T1 del Aeropuerto de Barcelona

*\* Se pondrá en servicio el Corredor Barcelona-Madrid y los Vuelos Regionales*

**E**l Aeropuerto de Barcelona llevó a cabo, la segunda fase del traslado a la T1 en la que Vueling, las compañías de la alianza One World y las aerolíneas con vuelos intercontinentales no asociadas a ninguna alianza operan desde la nueva terminal. Así pues, 36 compañías se ubican en la T1, asumiendo un 80% del tráfico total de pasajeros de la nueva instalación.

### **Puesta en servicio del Corredor Barcelona-Madrid y Vuelos Regionales**

Una de las grandes novedades de la T1 es la puesta en servicio del corredor Barcelona-Madrid, ubicado en el dique norte de la terminal. El corredor cuenta con ocho mostradores

de facturación, 16 máquinas de autocheck-in, seis controles de seguridad recogida de equipajes propia. .

Otra de las novedades es la puesta en explotación del dique sur, destinado a Vuelos Regionales. Cuenta con nueve posiciones de avión con acceso a pie, una máquina autocheck-in en la pasarela que une el dique sur con el parking.

### **Compañías que se han trasladado a la T1**

Iberia, Vueling, Air Nostrum, British Airways, Iberworld, Finnair, Royal Air Maroc, American Airlines, El Al Israeli Airlines, Arkia, Atlas Blue, Air Algerie, Ukraine Inter Airlines, Avianca, Royal Jordanian, Cityflyer Express y Israir Airlines. ☺



# Travelplan

www.travelplan.es

invierno 2009-2010

# ahorro

Consiga los mejores precios comprando con un mínimo de 30 días de antelación a la salida del viaje.



Tenerife  
La Gomera  
Gran Canaria  
Lanzarote  
Fuerteventura

Mallorca  
Ibiza  
Menorca  
París  
Disneyland® París

Roma  
Venecia  
Londres  
Praga  
Lisboa

Ámsterdam  
Circuitos por Europa  
Túnez  
Marruecos  
Egipto

Senegal  
República Dominicana  
México  
Cuba  
Venezuela

Brasil  
Argentina  
USA  
Combinados USA-Caribe

DISPONIBLE EN VERSIÓN VIRTUAL EN



www.travelplan.es

Información y reservas en su agencias de viajes habitual. Consulte el catálogo Travelplan Ahorro Invierno 09-10.  
Visite nuestra web [www.travelplan.es](http://www.travelplan.es)



# Czech Airlines, la Compañía para volar a Europa Central y del Este



*Primera compañía aérea entre los nuevos miembros de la Unión Europea en cuanto a pasajeros transportados, con 5,6 millones de pasajeros en 2008, Czech Airlines es reconocida hoy en día como la Compañía especializada en Europa Central y del Este. Fundada en 1923, actualmente opera a 134 destinos en 47 países, con una moderna flota (media de 5,4 años) formada por 52 aviones Airbus, Boeing y ATR.*

*Para dirigir la compañía en España acaba de ser nombrado director Didier Legault Fraslin.*

## DESTINOS y RED

**D**ispone de una amplia red de vuelos a Europa Central y del Este y a Oriente Medio

Además de los 35 vuelos semanales entre España y Praga, **Czech Airlines** (cuyo código es ... OK) ofrece también una amplia variedad de destinos desde Madrid y Barcelona:

- desde Madrid, 3 vuelos diarios + un vuelo con código compartido operado por Iberia
- desde Barcelona, 2 vuelos diarios a Praga, saliendo de la nueva Terminal 1 a partir del 26 de octubre de 2009, al igual que las demás compañías de la Alianza SkyTeam
- haciendo conexión en Praga, la Compañía opera a un amplio número de destinos en Europa Central y del Este y a Oriente Medio: Polonia, Rusia, Rumania, Armenia, Bielorrusia, Croacia, Georgia, Grecia, Hungría, Kazajistán, Serbia, Siria,





Eslovaquia, Eslovenia, Ucrania, Bálticos, Egipto, Siria, Israel, Líbano... El aeropuerto de Praga es nuevo y debido a su tamaño permite conexiones cómodas y rápidas en 35 minutos.

### NOVEDADES de Czech Airlines para los pasajeros de NEGOCIO

La clase Business en **Czech Airlines** ofrece un amplio confort y servicio.

La configuración a bordo es 2-2, dejando el asiento del medio siempre libre. El límite de equipaje en clase Business es muy alto, con 2 piezas como equipaje de mano (18 kilos máximo en total) y 30 kilos en equipaje facturado.

Una amplia oferta de prensa internacional a bordo y un catering preparado por reconocidos chefs hacen que el vuelo sea muy confortable.

### SERVICIO DE CATERING GRATUITO A BORDO

**Czech Airlines** es una de las pocas compañías aéreas que continúa ofreciendo el servicio de catering gratuito en todos sus vuelos.

En cada viaje se puede disfrutar de un menú de calidad, la variedad y composición del cual dependen de la duración del vuelo y del tipo de avión. Concretamente en los destinos praga desde Barcelona o Madrid, en clase Business, se puede degustar un menú caliente en el que el pasajero podrá elegir entre varios platos de moderna gastronomía y bebidas tanto con o sin alcohol. En la clase económica se sirve un menú frío compuesto por un sandwich, un postre y bebidas como agua, zumo, café o té. También existe la posibilidad de adquirir adicionalmente alguna otra referencia de nuestra carta. Se ofrecen varios tipos de bebidas y aperitivos dulces y salados a precios muy ventajosos. Así mismo siguen manteniendo la posibilidad de reservar menú especial adaptado a las necesidades sanitarias o religiosas del pasajero según el destino y la clase de reserva.

### SERVICIOS en el AEROPUERTO DE PRAGA

Los pasajeros tienen la posibilidad de proteger su equipaje facturado en el aeropuerto. También disponen de conexión WiFi tanto en la Terminal 1 como en la Terminal 2.

El servicio de fast-track en el aeropuerto de Praga permite a los pasajeros en clase Business pasar rápidamente los controles de seguridad, ya que tienen una fila dedicada prioritaria.

Para los pasajeros en conexión o antes del vuelo, la sala vip Crystal, diseñada por el reconocido artista Borek Sípek, ofrece a los pasajeros en clase Business de **Czech Airlines**, miembros de SkyTeam Elite Plus y a de las compañías pertenecientes a la alianza Sky Team un amplio y cómodo espacio para descansar o trabajar disponiendo de conexión W-Fi.

Además, los pasajeros pueden realizar la facturación directamente desde la recepción de los hoteles ubicados en el aeropuerto de Praga: *Ramada*, *Tranzit* y *Courtyard*. Desde el confort de su hotel, los pasajeros pueden imprimir sus tarjetas de embarque y evitar así las colas en los mostradores del aeropuerto.

### Servicio gratuito de transporte con chofer en Praga

Para los pasajeros en Clase Business (clase de reserva C o J), **Czech Airlines** pone a su disposición en el aeropuerto de Praga un nuevo

servicio gratuito de transporte con chofer. El pasajero únicamente tiene que llamar al servicio de reservas (Teléfono +420 239 007 240), en el momento de su llegada a Praga y recibirá mediante SMS un número de reserva de coche. Deberá dirigirse a la zona de aparcamiento situada justo delante de la salida del aeropuerto, donde tendrá disponible un coche en 10 mn. Este servicio es válido igualmente para trasladarse al aeropuerto desde cualquier punto de la ciudad de Praga.

### PROGRAMA para AGENTES de VIAJE

#### OK Plus Partner

A partir de septiembre de 2009, **Czech Airlines** lanza su nuevo programa OK Plus Partner para recompensar la fidelidad de los agentes de viaje.



Podeis inscribiros en línea y obtener numerosas recompensas por ser agentes de viajes o directores.

Cada billete vendido y volado con las líneas OK operadas por **Czech Airlines** da derecho a puntos, que se convertirán automáticamente en millas OK Plus, gracias a un número personal.

Esto permite elegir un premio dentro de la amplia oferta del programa OK Plus Partners (billetes bonificados, mejora de clase, viajes en globo...).

En caso de tener un equipo de ventas a su cargo, los directores de agencia también recibirán puntos extra gracias a las ventas efectuadas por los miembros del equipo.

Página web OK Plus Partner: [www.okpluspartner.com](http://www.okpluspartner.com)

En 2008 Czech Airlines fue votada la "Mejor Compañía de Europa Central" y reconocida por la puntuali-

dad en sus vuelos, obteniendo el primer lugar entre 26 Compañías europeas. **Czech Airlines** es miembro de la alianza SkyTeam desde 2001. A través de su programa de fidelización "OK Plus" y los programas de fidelización de los miembros de Sky Team, los pasajeros pueden obtener millas en cada viaje. ●

#### Help Desk Agencias

Email: Madrid:  
[mad@czechairlines.com](mailto:mad@czechairlines.com)  
Barcelona: [bcn@czechairlines.com](mailto:bcn@czechairlines.com)  
Telf.: Madrid: 915 421 237  
Barcelona: 934 156 046  
Horario: de lunes a viernes,  
09 -17hrs  
Call Center en castellano  
Telf.: 902 022 322  
Horario: 24/24, 7/7  
[www.czechairlines.com](http://www.czechairlines.com)

## EL MEJOR MARCO PARA UN EVENTO ESPECIAL

RESTAURANTE



BALCON DE LAS  
NACIONES

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

RESTAURANTE



Goya



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



# Claves del negocio turístico para salir de la crisis

**B**ajo el título "Nuevas realidades del mercado turístico: como obtener ventajas competitivas", ha tenido lugar en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo de Santander a finales de julio, un encuentro con el patrocinio del Gobierno de Cantabria, inaugurado por José Carlos Campos Regalado, director general de Turismo de la Comunidad, cuya finalidad fundamental era transmitir una visión centrada en las nuevas actitudes como la innovación y la imaginación, que algunas empresas turísticas españolas están utilizando con éxito, analizar en profundidad los mercados y segmentos emergentes y mostrar nuevos productos turísticos.

Fernando Rivas Cortés, presidente-director general de Sidorme, la primera cadena española de hoteles *low cost* de calidad, comenzó su intervención señalando las 3 *íes* del consumidor actual: más inteligente, mejor informado, más "internetizado", a lo que añade una cuarta, ser más infiel ya que se cambia por un precio más reducido. Esta cadena de hoteles de bajo precio pero de calidad, con habitaciones muy sencillas pero modernas y confortables, ofrece unas tarifas muy competitivas por haber optimizado los costes de todo el proceso hotelero (ubicación, construcción, operativo y comercial) y responde a una imagen global, con un personal muy bien formado, con una edad media de 25 años.

"Hoy es más importante –señaló– disponer en la habitación de conexión "wifi" gratuita que tener restaurante en el hotel". Actualmente, cuenta con cinco establecimientos en funcionamiento, abrirán tres a lo largo de 2009 y 20 nuevos hasta 2012, con una inversión de 100 millones de euros. Como contrapunto, en la siguiente ponencia, Francisco Balaguer Núñez, director general de Nuba Expediciones, destacó que se han

lanzado a la conquista del mercado nacional de los viajes exclusivos y de lujo, sin que la temida recesión afecte a sus planes. Ofrece 70 destinos en todo el mundo, como modelos de viaje de aventura exclusivos, dirigidos a clientes maduros, exigentes, con un altísimo porcentaje de fidelidad, que en grado de satisfacción posterior al viaje alcanza el 85%. Es un segmento de mercado en el que España se encuentra en la cuarta parte de su potencial desarrollo con respecto a otros países. La cadena cuenta con siete oficinas que facturaron más de 15 millones de euros en 2008 y proyecta abrir quince más en las grandes ciudades españolas hasta 2011.

Sobre el marketing *on line* aplicado al turismo, habló Xavier Lamote de Grignon, profesor de la Universidad

utilizar paquetes turísticos, con lo que España se consolida como cuarto mercado europeo, manteniendo un ritmo de crecimiento más alto.

El precio, la disponibilidad y la posibilidad de comparar tarifas, son los tres motivos principales para el viajero *on line* europeo. Sobre las redes sociales y el turismo, intervino Miguel Guinaliu, profesor de Economía y Dirección de empresas de la Universidad de Zaragoza, quien explicó el concepto de red social, sus beneficios, subrayando que el 44% de los internautas españolas acceden a blogs con frecuencia, el 73,7% utilizaron RS en 2008, siendo España el segundo país en Europa y cuenta con 13 millones de usuarios.

El servicio más demandado *on line* son los billetes de transporte, terminando con la frase de Chadwick Martin Bailey que decía, "en 2005 las recomendaciones, opiniones y sugerencias de otros consumidores, influyen en las ventas en el sector turístico en más de 280 billones de dólares", citando algunos interesantes ejemplos de RS en turismo. Otra de las ponencias corrió a cargo de Guillermo Vergara, director de Proyectos de la Fundación Paideia Galiza que habló de la red de servicios turísticos Ruralover, formada por empresas y servicios del sector turístico del Sar y Barbanza, comarcas gallegas que cuenta con 13 empresas de alojamientos rurales

singulares, hotel balneario, guías turísticos, de multiaventura y transporte discrecional, todas ellas dirigidas por mujeres. Utilizan la innovación en la gestión, a través de un sistema de poligestión para la comercialización de paquetes turísticos integrales o escapadas, que aportan como elemento diferenciador el trabajo en red, la gestión de reservas *on line* y tecnologías web.

**José Antonio Fernández Cuesta**



Rovira i Vigili de Tarragona, destacando que los usuarios de Internet en España en 2008 alcanzaban el 44% de la población, de los que el 13% realizan compras en la red y de ellos, un 60,4% adquieren viajes y alojamientos turísticos, señalando como motivo preferente la mayor comodidad (59,7%), el mejor precio y promociones (45,5%) y la mayor oferta (27,9%). El 76% de las vacaciones tomadas en los últimos tres años fueron planeadas por cada interesado sin

# Entrevista a **Moncef Ben Dhahbi**



**Director de Tunisair para  
España y Portugal, con  
motivo del nuevo vuelo  
directo Madrid-Tozeur**

Ben Dhahbi, tiene un profundo conocimiento de la compañía ya que desde su incorporación a Tunisair en 1960 ha ocupado diferentes cargos de responsabilidad, en especial en el área comercial. Antes de su incorporación a la dirección en Madrid era director de la Central de Producto de la compañía en Túnez





### **¿Cuáles son los planes de expansión de Tunisair?**

Entre los planes de expansión más inmediatos está el vuelo de Tozeur, que va a unir Madrid en directo con la capital del desierto, a partir del mes de noviembre, esta nueva plataforma tendrá desde la capital de España una frecuencia de dos vuelos semanales, desde noviembre hasta finales de marzo 2010. A medio plazo los planes prevén dos vuelos más, un vuelo adicional desde Madrid y otro desde Barcelona, lo cual sería ocho vuelos semanales, dichos vuelos serán directamente a Túnez capital a partir de Abril 2010, ya en la temporada de verano.

A más largo plazo estamos estudiando poner más vuelos con la intención de cubrir toda la semana, para tener un vuelos diario desde Madrid y lo mismo desde Barcelona.

### **¿A que responde la decisión de programar una nueva ruta directa que una Madrid y Tozeur?**

Principalmente son dos las motivaciones que nos ha llevado a poner en marcha esa nueva ruta de Madrid hacia el desierto de Túnez, la primera es estratégica, ya que Túnez tiene una firme decisión para promocionar la zona del desierto, por todo lo que ofrece como infraestructura hotelera y exótico, muy apreciado por los europeos y los españoles, este producto cuenta con muchos componentes, desierto de dunas, desierto de rocas, turismo activo, además de turismo cultural, natural, ecológico, y así darle a la zona un desarrollo económico.

La segunda motivación estratégica de Tunisair con respecto a los planes de Tozeur, es para compensar la estacionalidad tan marcada por el mercado español y poder equilibrar la demanda de verano, estimulando la de invierno, ya que es un producto idóneo para el invierno y que así estimulará más las ventas, además de permitirnos mantener nuestras estructuras y nuestros aviones. Y a medio plazo estamos pensando en otro vuelo directo desde Barcelona-Tozeur ya que Cataluña también tiene mucha demanda para el desierto, pero esto será dentro de dos o tres años.



### **¿Qué futuro le augura a esta ruta, teniendo en cuenta la coyuntura económica por la que estamos pasando y que se espera que la crisis no finalice antes de 2011?**

Es cierto que esta decisión de lanzar un nuevo vuelo en la temporada de invierno implica esfuerzo e inversión, pero si invertimos en una temporada de baja demanda tanto en producto turístico como aéreo quiere decir que confiamos en el mercado español, consideramos que si tiene potencial para ese producto.

En cuanto a nuestras perspectivas a medio plazo creemos que se va a consolidar, el primer año será lento hasta que pueda alcanzar mínimamente nuestros objetivos pero en dos o tres años estará consolidado y se va a crear una nueva demanda hacia la zona del desierto, en términos rentabilidad tendremos que esperar para ver signos positivos.

### **¿Cree que esta ruta se ha enfocado mayormente para captar el turismo de incentivos y convenciones?. Ahora en invierno en España es un potencial en este segmento, ¿es así?**

Efectivamente viendo los días de operación, última hora del jueves y regreso el domingo por la tarde, esta progra-

mación favorece mucho la demanda de incentivos, no obstante también pensamos que es un vuelo adecuado para otro tipo de producto, como el turismo de jóvenes, pues tienen a su alcance turismo activo, bellos parajes y paisajes tan exóticos como el desierto, además de magníficas infraestructuras hoteleras en la zona, la mayoría son hoteles de alto standing de 3 o 4 estrellas, y todos disponen de salones para convenciones grandes y pequeñas, con excelentes centros de Spa. También es interesante para el turismo individual, que desea olvidarse de la ciudad y hacer una escapada de un largo fin de semana..

El número de camas que ofrece la zona está entre 25.000 a 30.000. Paralelamente a los hoteles otra oferta muy interesante son las jaimas externas que ofrecen otro tipo de producto mas exótico que encerrarse en una sala de reunión en el hotel. Cuentan con discotecas, restaurantes y además existen campamentos de alto standing que también ofrecen este tipo de infraestructuras tanto en la

**Tunisair confía  
estimular la demanda  
de los españoles a  
Tozeur durante toda la  
temporada de invierno**



capital como en el desierto, así como en los oasis.

*¿Cómo están respondiendo los mayoristas españoles a esta nueva ruta de Tunisair?, que por cierto ya fue anunciado hace dos años por el Ministro de Turismo tunecino durante el Congreso de la FEAAT en Tozeur.*

Los turoperadores al anunciarles el primer vuelo lo primero que nos han solicitado es que les aclaráramos si este vuelo iba a ser continuado, pero cuando hemos comenzado nuestra acción de campaña de marketing directo y al contactar con ellos y con grandes

redes de distribución y con las agencias minoristas especializadas en incentivos, nos están respondiendo positivamente. Iberojet uno de los grandes mayoristas especialista en Túnez ha organizado a través de toda la red en España un concurso de ventas para activarlas, en el que el agente de viajes si alcanza una cifra de reservas concretas hacia el desierto tendrá oportunidad junto con su familia a disfrutar unos días en Tozeur.

También están muy interesadas las agencias que se distinguen por tener clientes de alto poder adquisitivo. Así pues tocamos diferentes segmentos, incentivos, clientes individuales y de alto

**Su flota está compuesta por 30 aparatos Airbus y Boeing de última generación**

**En 2008 transportó 3,8 millones de pasajeros**

poder que requieren una estancia fuera de lo normal, donde se le propone algo distinto y original.

*¿Cuáles serán las tarifas de esta nueva ruta y que avión se utilizará y tendrá catering? ¿Con que tarifas va a operar esta nueva ruta?*

Hemos puesto varios precios, pero hemos tomado la decisión de no pasar de los doscientos euros incluidas las tasas, y como tarifa promocional de lanzamiento durante los meses de otoño e invierno ofrecemos una de 100 euros, ida y vuelta, esta venta anticipada es desde el 15 de septiembre hasta el 15 de octubre, aunque los pasajeros podrán volar durante la temporada, que comienza el 5 de noviembre y termina el 25 de marzo de 2010.

En la nueva ruta se utilizará el avión Boeing 737-500 o 600 de 126 plazas, todas en clase turista y por supuesto tendrá servicio de catering, como en todos nuestros vuelos.

*¿Qué acciones promocionales están llevando a cabo para dar a conocer esta nueva ruta?*

Al ser un proyecto nacional las acciones promocionales son varias y algunas se hacen conjuntamente con la Oficina de Turismo de Túnez que por su parte disponen de un presupuesto para promocionar el producto de la zona de Tozeur y el destino del desierto con todos los componentes y en estas campañas están incluidas las acciones para la prensa escrita, radio y exterior. En cuanto a las campañas conjuntas, entre la Oficina de Turismo y Tunisair hacemos prensa especializada y nosotros hemos lanzado una campaña en Internet con página web, dirigida a los boletines on-line y a la plataforma que consultan 36.000 agencias de viaje para ver novedades y ofertas que hay en el mercado. También organizamos conjuntamente con la Oficina de Turismo de Túnez y un hotel de Tozeur en Madrid una semana gastronómica y el vuelo inaugural esta programado para realizarlo del 12 al 15 de noviembre próximo. Posterior al lanzamiento continuaremos con una presencia publicitaria para atender este vuelo a Tozeur. ●



**La Revista TAT también la tienes a tu disposición en nuestra web**

**www.tatrevista.com**

**La más completa información técnica del turismo la encontrarás en sus páginas.**

**28 años tomando el pulso del día a día a la actualidad del sector a través de reportajes, entrevistas, noticias y comentarios**

**no solamente verás el último número, encontrarás los años anteriores; así como el último**

**"Directorio de Compañías Aéreas de España'09"**





Desierto de  
Wadi Rum.

# JORDANIA

## EN DIEZ ESCENAS CORTAS

Durante el 2008 más de 41.000 turistas españoles visitaron Jordania lo que representa un nuevo record de llegadas y un incremento continuo ya que a pesar de la crisis Jordania mantiene en 2009 un número de turistas importantes.



Su Santidad fue el segundo Papa en visitar el Lugar del Bautizo después de Juan Pablo II que realizó un peregrinaje muy especial en el año 2000.

### Petra

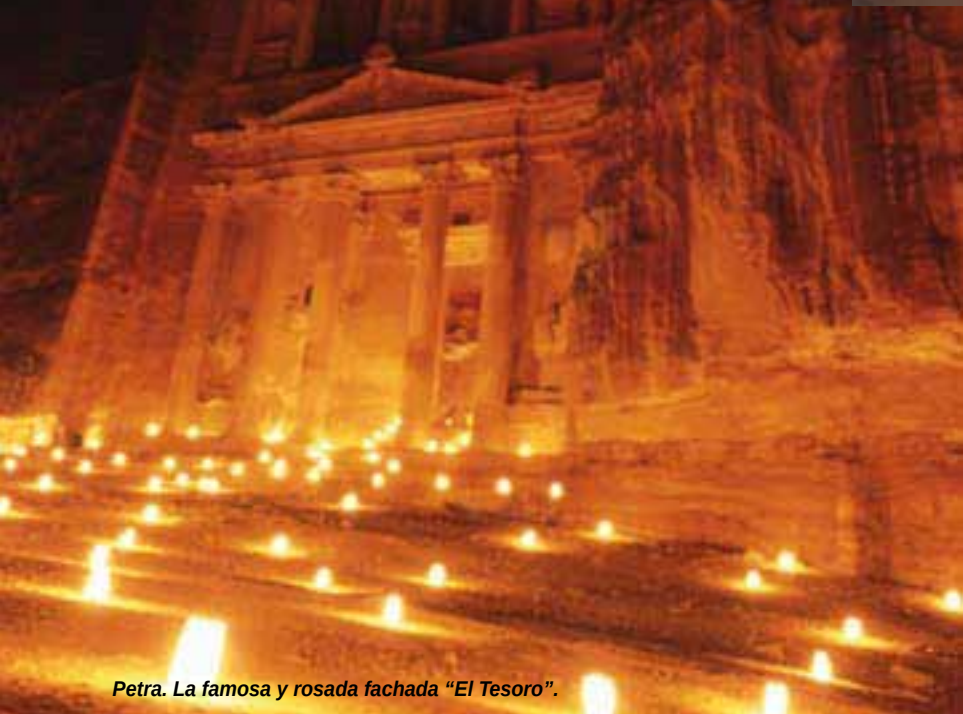
Sin duda la joya de los grandes atractivos de Jordania es Petra que fue elegida en el 2007 como una de las maravillas del mundo y es cierto que sólo por conocer Petra y su mágico entorno vale la pena hacer el viaje a Jordania, pero el país ofrece mucho más en una abigarrada mezcla de culturas y paisajes.

Por mucho que se haya visto, que se haya imaginado, que se haya soñado, la primera visión de la fachada terrosa y rosada de El Tesoro con sus relieves carcomidos por el tiempo, la lluvia y el viento, sus columnas corintias, sus hornacinas que contienen esbozos de figuras, sus capiteles... todo ello ganado pacientemente a la piedra por manos nabateas deja un poso de asombro difícil de superar. Un buen conocedor de estas tierras, Lawrence de Arabia, lo expresó sabiamente: «Nunca sabrás qué es Petra realmente, a menos que la conozcas en persona».

### Amman.

#### Una capital llena de vida

El viaje suele empezar en Amman, la moderna capital de Jordania, conocida a lo largo de la historia como Rabbath Ammon y en los tiempos grecorromanos como Filadelfia. La ciudad es un activo centro comercial y administrativo con un gran número de hoteles, restaurantes, galerías de arte



Petra. La famosa y rosada fachada "El Tesoro".

Jordania es un país seguro, tranquilo, hospitalario, de fascinante variedad y de hermosos contrastes. Es la tierra del Antiguo Testamento y del Bautismo de Jesús. El país de Petra, de Aqaba en el Mar Rojo, del desierto del Wadi Rum y del Mar Muerto. Antiguo y moderno, cuna de la civilización y símbolo de paz y tranquilidad. Jordania es un país de cultura, belleza y sorprendentes contrastes. Es una tierra antigua, y un reino moderno, que ofrece al viajero perspicaz una fascinante diversidad y la tradicional hospitalidad de su pueblo. Pocas naciones pueden presumir de una afinidad tan próxima a

las grandes épocas de la historia del mundo y también de su agradable clima durante todo el año. Aquí el verdadero destino de la humanidad se ha visto definido, una y otra vez, en el transcurso de los siglos, dando lugar a espectáculos inigualables de naturaleza y logros humanos.

### Su Santidad el Papa Benedicto XVI visitó el lugar del bautizo en Mayo

Su Santidad Benedicto XVI visitó en Mayo del 2009 el lugar sagrado y puso la primera piedra en la Iglesia Cristiana ya en construcción.

Nebo.



Amman.



y museos. Amman está coronada por la Ciudadela, una colina con las ruinas del Templo de Hércules, el Palacio Omeya y una Iglesia bizantina. En este enclave, que posee más de 3.000 años de antigüedad, se encuentran numerosos restos arqueológicos romanos, otomanos y de otras culturas. Una visita al lugar, sin duda, permitirá ver los diferentes restos de las antiguas civilizaciones que pasaron por aquí.

### El esplendor intacto de Jerash

Sólo a media hora en coche al norte de Amman se halla la ciudad grecorromana de Jerash (Gerasa en

los tiempos antiguos) que ha estado habitada ininterrumpidamente desde hace más de 6.500 años. El lugar está reconocido actualmente como una de las ciudades provinciales romanas mejor conservadas del mundo, con pavimentos y calles adornadas con cientos de columnas, templos elevados, espectaculares teatros, espaciosas plazas públicas, mercados, baños y manantiales.

El Festival de Jerash, que se celebra todos los años en julio, transforma la antigua ciudad en uno de los acontecimientos culturales más emocionante y espectacular del mundo.

### La privilegiada posición de Umm Qais

Además de Amman y Jerash, Gadara (ahora Umm Qais) y Pella (ahora Tabaqat Fahl) fue-

ron en un principio, ciudades de la Decápolis y ambas son de un atractivo único y particular. Famosa por la historia bíblica de los cerdos gadarenos, Umm Qais está reconocida actualmente como un importante centro cultural. Se encuentra encaramada en la cima de una colina dominando una zona fronteriza formada por Israel, Jordania y Siria, frente a los altos del Golán y con vistas al Valle del Jordán y el lago Tiberiades. Desde la terraza del restaurante, situado en lo alto de la colina, se contempla una extraordinaria panorámica y durante el invierno, en días claros, se puede incluso ver la cumbre cubierta de nieve del monte Hermon.

### Madaba.

#### La ciudad de los mosaicos

El viaje hacia el sur de Amman a lo largo de la Carretera del Rey de 5.000 años de antigüedad, es uno de los más memorables periplos en Tierra Santa, que recorre un rosario de lugares antiguos. La primera ciudad que se encuentra en el camino es Madaba, mencionada en la Biblia, y conocida como "la ciudad de los mosaicos". La principal atracción en la ciudad es un maravilloso mapa mosaico bizantino procedente del siglo VI que representa Jerusalén y Tierra Santa. Está formado por dos millones de piezas y muestra con pulcra minuciosidad el Nilo, el mar Muerto y Jerusalén, incluida la iglesia del Santo Sepulcro. Este mosaico se halla en la iglesia griega ortodoxa



Jerash.



Madaba.



de San Jorge. La mayor parte de Madaba es en la actualidad un parque arqueológico cuidadosamente restaurado, que incluye las iglesias del siglo VII de la Virgen y la del profeta Elías, y el templo de Hipólito. Este último alberga un mosaico que refleja escenas de la tragedia de Fedra e Hipólito, también se encuentran cientos de otros mosaicos repartidos por las iglesias y casas de toda Madaba.

### Nebo. El monte de Moisés

A diez minutos hacia el oeste desde Madaba se encuentra el lugar más venerado de Jordania, junto al río Jordán: el monte Nebo, el monumento a Moisés y donde presuntamente murió a la edad de 120 años y fue enterrado el profeta. Desde una plataforma situada delante de la iglesia se puede disfrutar de una espectacular vista sobre el valle del Jordán y el Mar Muerto. Esta es la misma que Dios mostró a Moisés, con el fondo de la Tierra Prometida, pero a la que jamás pudo llegar.

### Wadi Rum.

#### Un desierto especial

Tras las emociones de distinto tipo que despiertan los restos de imponentes culturas, se hace necesario buscar la naturaleza que aquí se presenta sobre todo en forma de desiertos. Ciertamente es que los desiertos de Jordania están salpicados de fincas agrícolas, fuertes, pabellones de caza y antiguos castillos, alguno tan impresionante y bien conservado como el de Qusayr'Amra declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, con muros y techos interiores cubiertos de pinturas al fresco y habitaciones que aún conservan sus suelos de mosaico colorista.

Pero sin duda su principal maravilla natural es el paisaje desértico más imponente del mundo, Wadi Rum. Las montañas de colores cambiantes con la luz del día emergen de forma vertical de la llanura arenosa. Lawrence de Arabia pasó buena parte de su tiempo aquí y muchas de las escenas de la película de David Lean se filmaron en esta zona. Wadi Rum es un paisaje de extrañas formaciones rocosas ascendentes y descendentes, conocidas como *jabals*.

### Aqaba. Un mar de mil colores

Le llaman Rojo, pero bien podría haberse bautizado como verde, rosa, amarillo, azul, naranja... tantos colores como la naturaleza ha derramado en estas aguas en forma de corales, plantas y peces. La puerta de entrada jordana al Mar Rojo, es Aqaba, la única ciudad portuaria de Jordania. Sus aguas cristalinas, la abundante vida marina y el agradable clima, la convierten en un destino ideal para el snorkel, el buceo y los deportes acuáticos durante todo el año.

### Donde todos los milagros son posible

Se acerca el final del recorrido por estas tierras en las que la religión, la cultura, la naturaleza y los humanos parecen haber conseguido una simbiosis contagiosa. En el camino hacia el Mar Muerto se cruzan lugares donde debieron estar Sodoma y Gomorra, las aguas en las que Cristo fue bautizado, el castillo en el que Salomé se encaprichó de la cabeza de Juan el Bautista, la cueva en la que Lot se refugió tras ver convertida a su mujer en estatua de sal. ●

**Oficina de Turismo de Jordania**  
Av. Diagonal 339 bis, entresuelo 4ª,  
08037, Barcelona  
Tel: (34) 93 207 32 32  
Fax: (34) 93 207 56 91  
[oviedopedro@arrakis.es](mailto:oviedopedro@arrakis.es)  
[www.visitjordan.com](http://www.visitjordan.com)

Umm Qais.



Aqaba.







## La gran desconocida

Entre todas las naciones iberoamericanas, Bolivia es sin duda uno de los destinos menos conocidos para el viajero. Variados factores (económicos, políticos etc.) han mantenido a este país en una zona de sombra en lo que al turismo se refiere. Hoy en día, sin embargo, las autoridades de los departamentos bolivianos están haciendo un gran esfuerzo para que esta situación cambie. En este contexto, visitamos el Departamento de Santa Cruz, el más grande del país andino, acompañados de María Lourdes Zambrana, Directora General del Turismo del Departamento.

**E**l Departamento de Santa Cruz está ubicado en la zona oriental de Bolivia, y tiene una superficie de 370. 621 Km. cuadrados. Es considerado el más próspero del país, con importantes explotaciones ganaderas y campos petrolíferos. Su capital es Santa Cruz de la Sierra, una pujante ciudad de 1.500.000 habitantes, situada en el centro geográfico del Continente y punto neurálgico de la economía boliviana. La ciudad está dotada de una moderna infraestructura como Centro de Negocios y Convenciones, celebrándose allí la mayor feria multisectorial de Bolivia, la Feria Internacional de

Santa Cruz, EXPOCRUZ 2008, que va por su 33ª edición. Cuenta también con aeropuerto internacional, que, por su estratégica situación, es punto de paso obligado hacia muchos otros destinos turísticos del área.

Santa Cruz de la Sierra fue fundada por el capitán español llamado Nuflo de Chávez y sus 158 hombres. El nombre se lo puso en homenaje a su ciudad natal, en Extremadura. La planta de la ciudad conserva su primitivo desarrollo en forma de anillos concéntricos desde el casco viejo, en cuyo centro está la Plaza 24 de septiembre,





lugar de reunión por excelencia y la catedral neoclásica, con su Museo de Arte Sacro, donde se guardan pinturas, esculturas y platería del templo. La ciudad, de agradable clima tropical, invita a vivirla con calma, disfrutando de su exuberante vegetación. Al interesado por la historia le satisfarán las visitas al Museo Regional de Historia Calle Junín, en interesante edificio 'Art Nouveau' o al Museo Guaraní, construido merced a la ayuda de la Generalidad Valenciana en 2004. En cuanto a la vida nocturna, ésta se articula en torno al barrio de Equipetrol y a la Avda. Monseñor Rivero, con variedad de bares y restaurantes.

Pero si sorprendente resulta la vitalidad y el desarrollo de esta ciudad, no menos impactantes son algunos de los sitios que tuvimos oportunidad de visitar. A sólo 15 minutos del centro de Santa Cruz, se encuentra el Biocentro Güembé, dentro del Parque Amboró, recinto destinado a preservar la enorme variedad de fauna y flora existente en la región, no sólo físicamente, sino también mediante programas de educación medioambiental. El parque contiene un mariposario, con más de 150 especies de coleópteros volando en torno a las flores, un orquideario, que alberga 240 especies de esta magnífica flor y un aviario de 2.500 metros cuadrados, en el que admirar a las aves en las copas de los árboles desde un puente a 10 metros de altura; además de mirador, restaurante y un conjunto de 10 piscinas dispuestas al modo de pozas naturales para refrescarse si hace calor. Senderismo, circuitos a caballo, en bicicleta, pesca o piragüismo son otras opciones disponibles en el Biocentro Güembé, un lugar merecedor de una visita. Cerca igualmente de la capital, a unos 20 kilómetros, se halla el Santuario de la Virgen de Cotoca, en el pueblo del mismo nombre, famoso por su artesanía en arcilla y por la peregrinación que cada 8 de diciembre congrega a multitud de fieles ante la Patrona del Departamento.

Tras estas excursiones por las cercanías de Santa Cruz de la Sierra, nos desplazamos a la zona de las famosas Misiones Jesuíticas En Bolivia. En la actualidad se pueden visitar siete conjuntos misionales que han sobrevivido después de 300 años de avatares de todo tipo para ser consideradas desde 1991 como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Las Misiones están situadas en el territorio de Chiquitos y son las siguientes: San Javier, Concepción, San Ignacio, San Miguel, San Rafael, Santa Ana y San José. Fueron construidas entre 1691, fecha de fundación de San Javier y 1761, fecha en que se termina de erigir la iglesia de San Ignacio. De estilo barroco, con influencias locales, las fundaron los padres jesuitas con la intención de convertirlas en los centros evangelizadores de la población indígena. Desde los años 60 del pasado siglo se ha venido haciendo un extraordinario esfuerzo de restauración de las Iglesias y el resto de los conjuntos misionales.



En San Javier, la misión más antigua, admiramos la riqueza de la decoración de su iglesia, con sus columnas salomónicas talladas en madera a lo largo de sus tres naves y el encantador colorido de su decoración mural, con motivos vegetales y geométricos. En el pueblo, disfrutamos de un concierto que nos ofrecieron las voces y violines del Coro y Orquesta de la localidad, compuesto por los estudiantes de la Escuela de Música de San Javier, y fuimos nombrados por gentileza de las autoridades municipales Huéspedes Ilustres.

En la segunda misión que visitamos, la de Concepción, capital de la provincia de Nuflo de Chávez, quedamos si cabe más complacidos. La iglesia, terminada en 1753 es considerada la joya de la región. Construida, como casi todas, de madera y adobe y luego encalada, cobija en su interior altares tallados de gran belleza. Es muy curioso su campanario exento de madera y destaca asimismo su fachada que posee una rara belleza, incrementada al incidir sobre ella los últimos rayos del sol poniente. En Concepción se organiza de forma bianual un Festival Internacional de Música Renacentista y Barroca Americana llamado "Misiones de Chiquitos", ya que la ciudad custodia un gran archivo de partituras musicales.

A pesar de la brevedad del viaje, nos despedimos de Bolivia con el deseo de que no pase mucho tiempo antes de volver, para seguir cono-



ciendo las bellezas de este maravilloso país. El descubrimiento de una naturaleza variada, el cuidado que se percibe hacia un patrimonio histórico-artístico muestra de unión entre los pueblos y el carácter abierto y agradable de su gente han hecho que el viaje a Santa Cruz haya merecido la pena. ●

**Texto: Miguel Montes**  
**Fotos: Begoña Urigüen**

# Inaugurado el nuevo Parador de Turismo de Alcalá de Henares



**E**l parador más moderno de toda la red, fue inaugurado el 23 de julio, la nueva joya de la corona, instalado en el antiguo colegio-convento de los Dominicos de Santo Tomás, un magnífico edificio del siglo XVII, en un feliz trabajo arquitectónico, en el que se han fundido vanguardia e historia. Paradores ha financiado íntegramente con fondos propios la reforma del complejo, que ha representado una transformación radical y hace el establecimiento número 93 de la red, ubicado en Alcalá de Henares, ciudad Patrimonio de la Humanidad de la Unesco y culminación de la ruta turístico-cultural, Camino de la Lengua Castellana.

Con sus 21.000 metros cuadrados construidos y casi 9.000 de jardines, es el segundo parador más grande, detrás del Hostal de San Marcos. Dispone de 128 confortables habitaciones, doce salas multiuso para organizar eventos y celebraciones, 124 plazas de aparcamiento subterráneo y todo tipo de servicios como bussines centre, spa, piscina y un moderno y acogedor restaurante con vistas al claustro y una amplia oferta gastronómica que ofrece todos los platos de las cocinas regionales. Otro restaurante abierto a la calle es la histórica Hostería del Estudiante, referencia culinaria desde 1930, con cocina tradicional manchega y de inspiración cervantina. Ambos disponen de una completa bodega de vinos españoles. En la inauguración, asistieron el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, el alcalde, Bartolomé González y el presidente de Paradores, Miguel Martínez entre otros. ●

**J.A.F.C.**



A large, dark globe is centered in the background. A map of Europe is visible on the globe's surface, with the Iberian Peninsula (Spain and Portugal) highlighted in a light purple/pink color. The globe is set against a dark red, textured background.

**OFICINAS  
DE TURISMO  
EXTRANJERAS  
EN ESPAÑA  
2009/10**



## ALEMANIA Oficina Nacional Alemana de Turismo

[www.alemania-turismo.com](http://www.alemania-turismo.com)

28014 Madrid  
C/ San Agustín, 2  
1º dcha. pta. Ctro.  
**Telf.:** +34 91 429 35 51  
**Fax:** +34 91 420 24 50  
**Dtor.:** Harald Henning  
**e-mail:** [harald.henning@d-z-t.com](mailto:harald.henning@d-z-t.com)  
**Responsable Marketing:**  
Mercedes Orejas  
**e-mail:** [mercedes.orejas@d-z-t.com](mailto:mercedes.orejas@d-z-t.com)  
**Responsable Prensa:**  
Frank Bausback  
**e-mail:** [frank.bausback@d-z-t.com](mailto:frank.bausback@d-z-t.com)  
**Fecha apertura Oficina:**



## AUSTRALIA Tourism Australia

[www.australia.com](http://www.australia.com)  
60311 Frankfurt  
Neue Mainzer Strasse, 22  
**Contacto Trade:**  
Connexions Aviación y Turismo  
28006 Madrid  
C/ Serrano, 93- 2ªA  
**Telf.:** +34 91 749 76 16  
(Agencias V.)  
**e-mail:** [Europe\\_tradeline@tourism.australia.com](mailto:Europe_tradeline@tourism.australia.com)  
**Regional. Manager**  
**Continental Europe:**  
Katherine Droga  
**Responsable Prensa:**  
DO IT. Comunicación & Marketing  
**e-mail:** [doit@doitpr.es](mailto:doit@doitpr.es)  
**Fecha apertura Oficina:**



## AUSTRIA Oficina Nacional Austriaca de Turismo

[www.austria.info](http://www.austria.info)  
[www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)  
28080 Madrid  
Apartado de Correos, 8366  
**Telf.:** +34 902 999 432  
(Público)  
**Telf.:** +34 91 542 68 /  
93 204 91 52 33(Profesionales)  
**Fax:** +34 91 542 44 76  
**Dtor. España, Portugal y**  
**Brasil:** Werner Fritz  
**e-mail:** [werner.fritz@austria.info](mailto:werner.fritz@austria.info)  
**Marketmanager España:**  
Blanka Trauttmansdorff

**e-mail:**  
[blanka.trauttmansdorff@austria.info](mailto:blanka.trauttmansdorff@austria.info)  
**Responsable Prensa:**  
Caroline Fritz  
**e-mail:** [caroline.fritz@austria.info](mailto:caroline.fritz@austria.info)  
**Fecha apertura Oficina:** 1957



## BÉLGICA Turismo de Bélgica: Flandes y Bruselas

[www.fundes.net](http://www.fundes.net)  
08039 Barcelona  
World Trade Center,  
ed. Este, pl.6  
**Telf.:** +34 93 508 59 90  
**Fax:** +34 93 508 59 93  
**Dtor.:** Jan Van de Meerssche  
**e-mail:** [info@flandes.net](mailto:info@flandes.net)  
**Responsable Prensa:**  
Angeles Alonso-Misol Gerlache  
**e-mail:** [prensa@flandes.net](mailto:prensa@flandes.net)  
**Fecha apertura Oficina:** 1999

## BÉLGICA Oficina de Turismo de Bélgica: Bruselas-Valonia

[www.belgica-turismo.es](http://www.belgica-turismo.es)  
08009 Barcelona  
C/ Pau Claris, 110, pl 1  
**Telf.:** +34 93 272 26 01  
**Fax:** +34 93 215 36 19  
**Dtor.:** Natacha Vandenberghe  
**e-mail:**  
[nvandenberghe@belgica-turismo.es](mailto:nvandenberghe@belgica-turismo.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 2003



## BRASIL Oficina de Turismo de Brasil

[www.braziltour.com](http://www.braziltour.com)  
28010 Madrid  
C/ Almagro, 28 - 2ª planta  
**Telf.:** +34 91 702 06 89  
**Oficina atención al turismo.**  
**Dtora.:** Fernanda Hümmel  
**e-mail:** [Ebt.es@embratur.gov.br](mailto:Ebt.es@embratur.gov.br)  
**Responsable Prensa:**  
Yolanda Fernández Arroyo  
**e-mail:** [yfernandez@estudiodecomunicacion.com](mailto:yfernandez@estudiodecomunicacion.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2005



## CENTROAMÉRICA CATA - Agencia de Promoción Turística de Centroamérica

[www.visitcentroamerica.com](http://www.visitcentroamerica.com)  
28020 Madrid  
C/ Capitán Haya, 56 - pl. 6 A  
**Telf.:** +34 91 572 08 54/55  
**Fax:** +34 91 571 62 57  
**Dtora./Presidenta Ejecutiva:**  
Pilar Cano  
**e-mail:**  
[info@visitcentroamerica.com](mailto:info@visitcentroamerica.com)  
**Responsable Prensa:**  
Pilar Arango  
**e-mail:** [comunicación@visitcentroamerica.com](mailto:comunicación@visitcentroamerica.com)  
**Gte. Promoción Marketing**  
**España/ Reino Unido:**  
Sibella Argüello  
**Gte. Promoción Marketing**  
**Alemania, Italia y Francia:**  
Carmen Yúdice  
**Gerente de Ferias:**  
María Guixeras  
**Jefa de Prensa:** Cristina Padrino  
**Fecha apertura Oficina:** 2003



## CROACIA Oficina Nacional de Turismo de Croacia

[www.visitacroacia.es](http://www.visitacroacia.es)  
28001 Madrid  
C/ Claudio Coello, 22.  
Esc. B-1º C  
**Telf.:** +34 91 781 55 14  
**Fax:** +34 91 431 84 43  
**Dtora.:** Sanja Jelic Danda  
**e-mail:** [info@visitacroacia.es](mailto:info@visitacroacia.es)  
**Responsable Prensa:**  
Susana García  
**e-mail:** [susanagarcia@newsfactorvcomunicacion.com](mailto:susanagarcia@newsfactorvcomunicacion.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2006



## CHILE Oficina de Información Turística de Chile

[www.chile.travel](http://www.chile.travel)  
28001 Madrid  
C/ Velazquez 80, 1 izda.  
**Telf.:** +34 91 431 30 83  
**Dtora.:** Paula Roempler  
**e-mail:**  
[infoespana@turismochile.travel](mailto:infoespana@turismochile.travel)  
**Responsable Prensa:**  
Catalina Huidobro  
**e-mail:**  
[chuidobro@turismochile.travel](mailto:chuidobro@turismochile.travel)  
**Fecha apertura Oficina:**



## CHINA Oficina Nacional de Turismo de China en Madrid

**Director:** Sr. Xiang Shi  
Gran Vía, 39,  
Planta 8 - Izquierda  
28013 Madrid - España  
**Telf.:** +34 91 548 0011  
**Fax:** +34 91 548 0597  
**e-mail:** [madrid@cmta.gov.cn](mailto:madrid@cmta.gov.cn)  
**web OTCh:** [www.turismochino.info](http://www.turismochino.info)  
**Fecha apertura Oficina:**



## CUBA Oficina de Turismo de Cuba

[www.descubracuba.com](http://www.descubracuba.com)  
[www.cubatravel.cu](http://www.cubatravel.cu)  
28036 Madrid  
Pso. de La Habana, 54, 1º izq.  
**Telf.:** +34 91 411 30 97  
**Fax:** +34 91 564 58 04  
**Dtora.:**  
Iyolexis Correa Lorenzo  
**e-mail:** [directora@descubracuba.es](mailto:directora@descubracuba.es)  
**Subdtor.:**  
José Pérez  
**e-mail:** [jose@descubracuba.es](mailto:jose@descubracuba.es)  
**Responsable Prensa:**  
Nieves Contreras  
**e-mail:** [nieves@descubracuba.es](mailto:nieves@descubracuba.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 1990



## DINAMARCA VisitDenmark

[www.visitdenmark.es](http://www.visitdenmark.es)  
DK - 2300 Copenhagen  
Islands Brygge 43  
**Telf.:** DK +45 32 88 99 00  
**Fax:** DK +45 32 88 99 01  
**Telf.:** +34 91 540 18 05  
(España)  
**Fax:** +34 91 542 13 96 (España)  
**Dtor.:**  
Thomas Kastrop  
**e-mail:** [tk@visitdenmark.com](mailto:tk@visitdenmark.com)  
**Subdtor.:**  
Heather Nissen  
**e-mail:** [hni@visitdenmark.com](mailto:hni@visitdenmark.com)  
**Representante España:**  
Trine Bruun  
**e-mail:** [trine@moonshine.es](mailto:trine@moonshine.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 1995

**Este directorio  
también lo  
encontrará en**

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





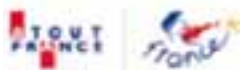
**EGIPTO**  
**Oficina de Turismo de Egipto**

[www.egypt.travel](http://www.egypt.travel)  
28013 Madrid  
Gran Vía, 78 - pl.8 Izda.  
**Telf.:** +34 91 559 21 21  
**Fax:** +34 91 547 51 65  
**Dtor.:**  
Magued Abou Sedera  
**e-mail:** [info-es@egypt.travel](mailto:info-es@egypt.travel)  
**Fecha apertura Oficina:**



**FINLANDIA**  
**Visit Finland**

[www.visitfinland.com](http://www.visitfinland.com)  
28010 Madrid  
C/ Fernando el Santo, 27 - pl. 2 A  
**Telf.:** +34 91 308 47 15  
**Fax:** +34 91 319 48 86  
**Marketing Manager:**  
Sami Auvinen  
**e-mail:** [sami.auvinen@finpro.fi](mailto:sami.auvinen@finpro.fi)  
**Marketing Coordinator:**  
Kirsi Vienola  
**e-mail:** [kirsi.vienola@finpro.fi](mailto:kirsi.vienola@finpro.fi)  
**Fecha apertura Oficina:**



**FRANCIA**  
**ATOUT FRANCE - España y Portugal**

[www.franceguide.com](http://www.franceguide.com)  
28001 Madrid  
C/ Serrano, 16. 3º izq.  
**Telf.:** +34 91 548 97 37  
**Fax:** +34 91 541 24 12  
**Dtor.:** Patrick Goyet  
**e-mail:** [patrick.goyet@franceguide.com](mailto:patrick.goyet@franceguide.com)  
**Subdtora.:**  
Christina Aagesen  
**e-mail:** [christina.aagesen@franceguide.com](mailto:christina.aagesen@franceguide.com)  
**Responsable Prensa:**  
Liliane Bodalo  
**e-mail:** [liliane.bodalo@franceguide.com](mailto:liliane.bodalo@franceguide.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 1919



**GRAN BRETAÑA Visitbritain**  
**Turismo Británico**

[www.visitbritain.es](http://www.visitbritain.es)  
28080 Madrid  
Apartado de Correos, 708  
**Fax:** +34 91 343 63 10  
**Dtora.:** Cristina Bernabé  
**e-mail:** [cristina.bernabe@visitbritain.org](mailto:cristina.bernabe@visitbritain.org)  
**B2B Manager:**  
Juan Carlos Martín  
**e-mail:** [juancarlos.martin@visitbritain.org](mailto:juancarlos.martin@visitbritain.org)  
**Responsable Prensa:**  
Mª Eugenia Benito  
**e-mail:** [maria.benito@visitbritain.org](mailto:maria.benito@visitbritain.org)  
**Fecha apertura Oficina:** 1967



**GRECIA**  
**Organismo Nacional Helénico de Turismo**

[www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)  
28008 Madrid  
C/ Quintana, 2 - pl.2  
**Telf.:** +34 91 548 48 89  
**Fax:** +34 91 542 81 38  
**Dtora.:** Theodora Makri  
**e-mail:** [doramakri@turismodegreceia.org](mailto:doramakri@turismodegreceia.org)  
**Responsable Prensa:**  
Ioannis Mitkas  
**e-mail:** [ioannis.mitkas@turismodegreceia.org](mailto:ioannis.mitkas@turismodegreceia.org)  
**Fecha apertura Oficina:** 1982



**HOLANDA**  
**Oficina de Turismo y Congresos de Holanda**

[www.holland.com/es](http://www.holland.com/es)  
**Dtora.:** Justine de Jong  
**Fecha apertura Oficina:**



**HUNGRIA**  
**Oficina Nacional de Turismo de Hungría**

[www.hungriaturismo.com](http://www.hungriaturismo.com)  
28020 Madrid  
Avda. de Brasil, 17 - pl.10-  
puerta B  
**Telf.:** +34 91 556 93 48  
**Fax:** +34 91 556 98 69  
**Dtor./Responsable Prensa:**  
József Németh  
**e-mail:** [hungria@hungriaturismo.com](mailto:hungria@hungriaturismo.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2000



**IRLANDA**  
**Turismo de Irlanda**

[www.turismodeirlanda.com](http://www.turismodeirlanda.com)  
28046 Madrid  
Pso. de la Castellana, 46 - pl.2  
**Telf.:** +34 91 577 54 58  
**Fax:** +34 91 577 69 34  
**Dtora.:** Barbara Wood  
**e-mail:** [bwood@tourismireland.com](mailto:bwood@tourismireland.com)  
**Subdtora. /Responsable**  
**Prensa:** Pura Gimenez  
**e-mail:** [pgimenez@tourismireland.com](mailto:pgimenez@tourismireland.com)  
**Fecha apertura Oficina:**



**ISRAEL**  
**Oficina Nacional Israeli de Turismo**

[www.turisrael.com](http://www.turisrael.com)  
28004 Madrid  
C/ Fuencarral, 101 - 5º - 6ª  
**Telf.:** +34 91 594 32 11  
**Fax:** +34 91 594 43 72  
**Dtora.:** Dolores Pérez Frias  
**e-mail:** [dolores@turisrael.com](mailto:dolores@turisrael.com)  
**Dtora. Marketing:**  
Mercedes Orduña  
**e-mail:** [agencias@turisrael.com](mailto:agencias@turisrael.com)  
**e-mail:** [prensa@turisrael.com](mailto:prensa@turisrael.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 1983



**ITALIA**  
**Agencia Nacional Italiana para el Turismo (ENIT)**

[www.italiaturismo.es/enzt.it](http://www.italiaturismo.es/enzt.it)  
28046 Madrid  
Pso. de la Castellana, 149  
**Telf.:** +34 91 560 06 70  
**Fax:** +34 91 571 15 79  
**Dtora.:** Laura Della Rocca  
**e-mail:** [ldellarocca@italiaturismo.es](mailto:ldellarocca@italiaturismo.es)  
**Responsable Prensa:**  
Veronica Molinari  
**e-mail:** [vmolinari@italiaturismo.es](mailto:vmolinari@italiaturismo.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 1950



**JORDANIA**  
**Oficina de Turismo de Jordania**

[www.sp.visitjordan.com](http://www.sp.visitjordan.com)  
**Telf.:** 93 207 32 32  
**Dtor.:** Pedro D. Oviedo  
**Fecha apertura Oficina:** 1999



**LITUANIA**  
**Centro de Información Turística de Lituania**

[www.lituanatur.com](http://www.lituanatur.com)  
08024 Barcelona  
C/ Encarnación, 70  
**Telf.:** 667 693 931  
**Fax:** +34 93 334 34 69  
**Dtor.:** Raimundo Michnevicius  
**e-mail:** [info@lituaniatrade.com](mailto:info@lituaniatrade.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2005



**MALTA**  
**Oficina de Turismo de Malta**  
C/ Zurbano, 26 bis. 28010 Madrid.  
**Telf.:** 91 319 23 41.  
**Directora:** María de Pereda  
**Jefa de Prensa:**  
Ana Martín Soriano  
**Web:** [www.visitmalta.es](http://www.visitmalta.es)  
**e-mail:** [malta@over-marketing.com](mailto:malta@over-marketing.com)  
**Público:**  
dirigirse a la Embajada de Malta



**MARRUECOS**  
**Oficina Nacional Marroquí de Turismo**

[www.descubramarruecos.com](http://www.descubramarruecos.com)  
28008 Madrid  
Ventura Rodríguez, 24 - pl.1 izda.  
**Telf.:** +34 91 541 29 95  
**Fax:** +34 91 559 45 94  
**Dtor. España:** Essaid Kasmi  
**e-mail:** [informacion@turismomarruecos.com](mailto:informacion@turismomarruecos.com)  
**Subdtor.:** Mohamed Sofi  
**e-mail:** [sofi@turismomarruecos.com](mailto:sofi@turismomarruecos.com)  
**Responsable Prensa:**  
Samira Mazigh  
**e-mail:** [mazigh@turismomarruecos.com](mailto:mazigh@turismomarruecos.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 1968



**MÉXICO**  
**Consejo de Promoción Turística de México**

[www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com)  
28014 Madrid  
Carrera de San Jerónimo, 46-pl.2  
**Telf.:** +34 91 561 18 27  
**Fax:** +34 91 411 07 59  
**Dtora.:** Margarita Amione Adalid  
**e-mail:** [mamione@visitmexico.com](mailto:mamione@visitmexico.com)  
**Responsable Prensa:**  
Omar Macedo García  
**e-mail:** [turismodemexico@gmail.com](mailto:turismodemexico@gmail.com)  
**Fecha apertura Oficina:**

**Ayúdenos a tener  
sus datos al día**

[directorio@tatrevista.com](mailto:directorio@tatrevista.com)



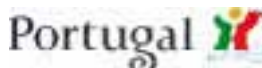
**NORUEGA**  
**Oficina de Turismo**  
**de Noruega**

[www.visitnorway.es](http://www.visitnorway.es)  
28046 Madrid  
Pza. Colón, 2 - Torre II - pl.20  
**Telf.:** +34 91 344 09 87  
91 319 73 03  
**Fax:** +34 91 344 09 47  
**Dtora.:** Eugenia Fierros  
**e-mail:** [madrid.travel@innovationnorway.no](mailto:madrid.travel@innovationnorway.no)  
**Fecha apertura Oficina:** 1998



**POLONIA**  
**Oficina Nacional**  
**de Turismo de Polonia**

[www.polonia.travel](http://www.polonia.travel)  
28008 Madrid  
Princesa, 3 dpdo - of. 1310  
**Telf.:** +34 91 541 48 08  
**Fax:** +34 91 541 34 23  
**Dtora.:** Agata Witoslawska  
**e-mail:** [agatawitoslawska@polonia.travel](mailto:agatawitoslawska@polonia.travel)  
**Responsable Prensa:**  
Iwona Zielinska-Sasiada  
**e-mail:** [iwona.zielinska@polonia.travel](mailto:iwona.zielinska@polonia.travel)  
**Fecha apertura Oficina:** 1997



**PORTUGAL**  
**Turismo de Portugal**

[www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com)  
28046 Madrid  
Pso. de la Castellana, 141 - 17º D  
**Telf.:** +34 91 761 72 30  
**Fax:** +34 91 570 22 70  
**Dtor.:** António Araújo Carrilho  
**e-mail:** [antonio.carrilho@turismodeportugal.pt](mailto:antonio.carrilho@turismodeportugal.pt)  
**Responsable Prensa:**  
Maria Inês Figueira  
**e-mail:** [ines.figueira@turismodeportugal.pt](mailto:ines.figueira@turismodeportugal.pt)  
**Oficina Principal:**  
**e-mail:** [acep.madrid.turismo@portugalglobal.pt](mailto:acep.madrid.turismo@portugalglobal.pt)  
**Fecha apertura Oficina:**

**Las oficinas que no aparecen es motivado por no haber respondido al cierre del Directorio**



**REPÚBLICA CHECA**  
**Oficina Nacional Checa**  
**de Turismo**

[www.CzechTourism.com](http://www.CzechTourism.com)  
28016 Madrid  
C/ Madre de Dios, 45  
**Telf.:** +34 91 345 71 12  
**Fax:** +34 91 359 25 27  
**Dtora.:**  
Katerina Menclova  
**e-mail:** [menclova@czechtourism.com](mailto:menclova@czechtourism.com)  
**Subdtora.:**  
Markéta Leheckova  
**e-mail:** [leheckova@czechtourism.com](mailto:leheckova@czechtourism.com)  
**Prensa:**  
Helena Rodriguez  
Doit Comunicación & Marketing  
**e-mail:** [doit@doitpr.es](mailto:doit@doitpr.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 2001



**República Dominicana**

**REP. DOMINICANA**  
**Oficina de Promoción**  
**Turística de la República Dominicana**

[www.godominicanrepublic.com](http://www.godominicanrepublic.com)  
28010 Madrid  
C/ General Yagüe, 4 - Puerta 12  
**Telf.:** +34 91 417 73 75  
**Fax:** +34 91 598 00 25  
**Dtora.:**  
Paola Dimitri Buonpensiere  
**e-mail:** [p.dimitri@turdom.e.telefonica.net](mailto:p.dimitri@turdom.e.telefonica.net)  
**Subdtora.:**  
Mari de Soto Incháustegui  
**e-mail:** [Mari.desoto@gmail.com](mailto:Mari.desoto@gmail.com)  
**Prensa:** PCIC  
**e-mail:** [jone@pcyc.es](mailto:jone@pcyc.es)  
**Fecha apertura Oficina:** 1980



**RUMANIA**  
**Oficina de Turismo**  
**de Rumania**

[www.rumaniatour.com](http://www.rumaniatour.com)  
28006 Madrid  
C/ Alcanatara, 49-51  
**Telf.:** +34 91 401 42 68  
**Fax:** +34 91 402 71 83  
**e-mail:** [oficina@rumaniatour.com](mailto:oficina@rumaniatour.com)  
**Dtor.:**  
Alexandru Bogdan Iosif  
**Fecha apertura Oficina:**



**SUECIA**  
**VisitSweden**

[www.visitsweden.com/suecia](http://www.visitsweden.com/suecia)  
08007 Barcelona  
Gran Via Corts Catalanes, 630 - pl.4  
**Telf.:** +34 93 270 29 59  
**Fax:** +34 93 412 71 24  
**Dtor.:** Patric Lindström  
**e-mail:** [patric.lindstrom@visitsweden.com](mailto:patric.lindstrom@visitsweden.com)  
**Responsable Prensa:**  
Sofie Flensburg  
**e-mail:** [sofie.flensburg@visitsweden.com](mailto:sofie.flensburg@visitsweden.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2009



**SUIZA**  
**Suiza Turismo**

[www.MySwitzerland.com](http://www.MySwitzerland.com)  
08029 Barcelona  
C/ Diputación, 289  
**Telf.:** +34 93 496 13 68  
**Fax:** +34 93 467 22 05  
**Dtor.:** Gilles Dind  
**e-mail:** [gilles.dind@switzerland.com](mailto:gilles.dind@switzerland.com)  
**Responsable Prensa:**  
Elena Affeltranger  
**e-mail:** [elena.affeltranger@switzerland.com](mailto:elena.affeltranger@switzerland.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2006



**TAILANDIA**  
**Oficina de Turismo**  
**de Tailandia**

[www.turismotailandes.com](http://www.turismotailandes.com)  
Apartado de Correos 18.121 - 28080 Madrid  
**Telf.:** 902 999 157  
**Fax:** 902 999 158  
**Director:**  
Alejandro Pérez-Ferrant  
**e-mail:** [apferrant@turismotailandes.com](mailto:apferrant@turismotailandes.com)  
**Responsable de prensa:**  
María Redondo  
**e-mail:** [comunicacion@turismotailandes.com](mailto:comunicacion@turismotailandes.com)  
**Responsable de Marketing:**  
Emma Pérez  
**e-mail:** [marketing@turismotailandes.com](mailto:marketing@turismotailandes.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 2004



**TOKIO**  
**Oficina de Turismo**  
**de Tokio**

28002 Madrid  
C/ Alustante, 3 Esc. 2 2-D  
**Telf.:** +34 91 519 7877  
656859698  
**Director:**  
Taeko Ueda  
**e-mail:** [taekoueda@yes-tokio.es](mailto:taekoueda@yes-tokio.es)  
**web:** [www.tourism.metro.metro.jp](http://www.tourism.metro.metro.jp)  
[www.yes-tokio.es](http://www.yes-tokio.es)  
[www.tourism.metro.tokyo.jp/spanish/index.html](http://www.tourism.metro.tokyo.jp/spanish/index.html)  
**Fecha apertura Oficina:** 2006



**TUNEZ**  
**Oficina Nacional**  
**de Turismo de Túnez**

[www.descubretunez.es](http://www.descubretunez.es)  
[www.tourismtunisia.com](http://www.tourismtunisia.com)  
28015 Madrid  
Alberto Aguilera, 11- pl. 1 - pta. C  
**Telf.:** +34 91 548 14 35  
**Fax:** +34 91 548 37 05  
**e-mail:** [tunezturismo@yahoo.es](mailto:tunezturismo@yahoo.es)  
**Representante España/Portugal:**  
Issam Khereddinne  
**Dtora. Adjunta:**  
Wahida Jaiet  
**Responsable Prensa:**  
Carmen Andrés  
**e-mail:** [carmentunezturismo@gmail.com](mailto:carmentunezturismo@gmail.com)  
**Fecha apertura Oficina:** 1970



**TURQUÍA**  
**Consejería de Información**  
**de la Embajada de Turquía**

[www.turismodeturquia.com](http://www.turismodeturquia.com)  
28008 Madrid  
Pza. de España, 18  
Torre de Madrid, pl.13 - of.3  
**Telf.:** +34 91 559 70 14/71 14  
**Fax:** +34 91 547 62 87  
**Dtor.:** Ismail Aksel  
**e-mail:** [turquia@telefonica.net](mailto:turquia@telefonica.net)  
**Prensa:** Pasión Turca-Of. Relaciones Pub.  
**Dtor.:** Sinan Nergis  
**e-mail:** [sun@pasionturca.net](mailto:sun@pasionturca.net)  
**Fecha apertura Oficina:**





# República Dominicana

Lo tiene todo



Oficina de Turismo para España y Portugal • General Yagüe, 4 • puerta 12 • Madrid 28020 • Tel.: 34 91 417 73 75 • Fax: 34 91 588 00 25 • [turismodominicano@turcom.es](mailto:turismodominicano@turcom.es) • [info@rdc.es](mailto:info@rdc.es) • [www.gobierno.es/rdc](http://www.gobierno.es/rdc)



Disfruta de todo lo mejor del Caribe. Acércate al paraíso. 850 km de playas vírgenes, gente encantadora, exquisita gastronomía, complejos hoteleros del más alto nivel, campos de golf, deportes acuáticos y de aventura, exuberantes parques naturales, ciudades monumentales.

# TAT

**ha realizado las siguientes preguntas a los directores de las Oficinas de Turismo Extranjeras en España y, han respondido así:**

1. ¿Qué cree que ofrece su país en particular al viajero español?
2. ¿Cuáles serían los lugares de su país de mayor interés para éste?
3. ¿Cuántos españoles les han visitado en el pasado año 2008?
4. ¿Qué perspectivas tienen de cara al futuro relativas al mercado español?
5. ¿En qué medida han percibido una reducción del turismo debido a la actual crisis?
6. ¿Qué conexiones aéreas y terrestres hay entre su país y España?  
¿Le parecen adecuadas y suficientes?
7. ¿Qué papel juegan las agencias de viajes en relación con su Oficina?
8. ¿Cuáles son los Turoperadores que ofrecen su país?
9. ¿Cómo es el viajero español?
10. ¿Tiene alguna otra consideración que quiera transmitir a través de estas páginas?

**Alemania**  
Destino turístico



**1** Alemania como destino turístico ofrece ciudades con una amplia oferta cultural y de ocio, unos paisajes espectaculares y una gastronomía rica y variada. Todo ello unido a una excelente relación calidad-precio y a unas infraestructuras y un servicio al cliente sobresalientes.

Alemania no solamente ofrece ciudades llenas de vida, sino también amplias ofertas de turismo activo junto a unos paisajes espectaculares: viajes en familia, pernотaciones en granjas, turismo rural etc. Por otra parte, tradicionalmente Alemania tiene un gran producto de Spa (bienestar), mercadillos navideños, eventos culturales...

Además celebramos cada año eventos importantes y aniversarios inolvidables como en 2009 el 20º aniversario de la caída del Muro. Berlín, como nuestro destino número uno acaba de ser galardonado con el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia, un reconocimiento muy importante.



**Harald Henning**  
director de la Oficina de Alemania

**2** El viajero español está especialmente atraído por las ciudades alemanas. Más del 60% de las pernотaciones se realizan en las grandes ciudades, destacando Berlín, Munich, Francfort, Colonia, Hamburgo, Stuttgart y Dusseldorf.

También los viajes a destinos románticos como los castillos de Luis II o a los ríos Rin y Mosela son cada vez más demandados.

**3** En 2008 registramos 1.842.526 pernотaciones desde España, un leve aumento de 0,5% con respecto a 2007.

**4** España está especialmente afectada desde finales del 2008 por la crisis económica mundial. Alemania como destino turístico de los españoles ha experimentado en los últimos 10 años un crecimiento espectacular del 140% frente a otros países europeos. Nuestra intención es mantener este crecimiento y sobrepasar a medio plazo la frontera de los 2 millones de pernотaciones de españoles en Alemania.

**5** Acumulado de enero a abril de 2009 la reducción del turismo a nivel internacional (pernотaciones desde el extranjero en Alemania) es de un 7%. Desde España que está especialmente afectada por la crisis registramos una caída del 12% en las pernотaciones acumuladas hasta abril.



**6** El avión es el medio de transporte más usado por el turista español hacia Alemania. Tradicionalmente, debido a la gran demanda del turismo alemán hacia España y de las estrechas relaciones económicas y empresariales, la oferta de vuelos entre los dos países es muy amplia. Líneas aéreas como Lufthansa, Air Berlín, Germanwings, Spanair, Iberia, Ryan Air, Easyjet etc. conectan Alemania y España. Hay vuelos directos a Munich, Frankfurt, Berlín, Dusseldorf, Hamburgo, Stuttgart, Colonia e incluso hay vuelos hacia regiones menos conocidas pero igual de bonitas como Sajonia o la costa alemana.

**7** Realizamos campañas para promocionar nuestros productos con los principales touroperadores y grupos turísticos del país, así como para optimizar la distribución de sus ofertas a Alemania a través de sus cadenas de venta minoristas. También organizamos Roadshows con nuestros partners alemanes para agentes de viajes con el fin de hacer llegar la amplia oferta turística de Alemania al sector. Además, organizamos cada año viajes de estudio de producto bajo nuestros temas de marketing para dar a conocer Alemania in situ a los agentes de viaje.

**8** Desde hace 5 años monitorizamos el aumento de las ofertas de viajes a Alemania de 70 Touroperadores españoles emisores. Para 2010 deseamos aumentar el número de ofertas vacacionales a Alemania de los Touroperadores españoles emisores un 2% más en referencia al aumento del año pasado.

**9** El español viaja en su gran mayoría a Alemania en avión (aprox. 80%), un poco más de 50% son viajes de ocio, un 42 viajes de negocio. El resto visita a familiares y amigos. La estancia media es de 5,3 noches y el alojamiento preferido es el hotel. En un viaje a Alemania el turista español se gasta de media unos 900€ que son aprox. 170€ al día.

**10** Hemos creado una Web con ofertas especiales para todos los bolsillos. Alemania da más por menos. Podéis descubrirlo en [www.alemania-turismo.com/specialoffers](http://www.alemania-turismo.com/specialoffers)



**Katherine Droga Kopie**  
directora de la Oficina de Australia

oportunidad de ponerse a prueba en entornos fascinantes. En Australia se pueden vivir unos siete viajes diferentes, o elegir entrelazarlos entre sí: experimentar la Australia aborigen, la Australia natural, la urbana, con sus impresionantes ciudades; el centro rojo conocido como 'Outback'; el sensual ambiente de la costa, los viajes por libre, y la Australia gastronómica, disfrutando del vino y los productos de cada región. Además, cualquier época del año es buena para visitar Australia.

**2** Con una extensión de 7.682.300 km<sup>2</sup>, Australia es la isla más grande del mundo, una tierra de contrastes realmente sorprendentes y de experiencias inolvidables: el país cuenta con 17 lugares Patrimonio de la Humanidad, y en pocas horas se puede pasar del desierto del interior a una selva tropical de 135 millones de años en Daintree Rainforest o a las largas y blancas playas de la costa Este.

Hay una Australia para todos los gustos, aunque hemos registrado que el español a la hora de planificar su viaje prefiere un combinado en el que se visiten las principales ciudades –Sídney, Melbourne–, alguno de los 60 parques naturales y reservas del Territorio del Norte, como el célebre Parque Nacional de Uluru-Kata Tjuta (donde se encuentra el mayor monolito del mundo, Ayers Rock), además de la Gran Barrera de Coral. Este parque marino es el mayor del mundo y ha sido seleccionado finalista para convertirse en una de las Nuevas Siete Maravillas del Mundo.

**3** Unos 25.800 españoles visitaron Australia el año pasado –de un total de 5,16 millones de turistas extranjeros–, lo que significa un aumento de un 29% si lo comparamos con el 2007. Además del creciente interés por Australia, el repunte estuvo propiciado por los 4.000 peregrinos españoles que participaron en la Jornada Mundial de la Juventud organizada por la Iglesia Católica en Sídney en julio de 2008.

**4** Para Tourism Australia, España es un mercado con mucho potencial que ha protagonizado un crecimiento rápido y que

ofrece interesantes oportunidades de desarrollo. De ahí que haya iniciado una nueva etapa de acercamiento, con la que se pretende captar a los viajeros españoles que estén planificando su próxima aventura y aún no conozcan Australia. Entre otras medidas, se está reforzando la red de agentes de viaje especialistas en Australia de toda España publicada en [www.australia.com](http://www.australia.com), para que los viajeros diseñen su viaje ideal a Australia de la mano de un profesional con amplios conocimientos del país.

**5** Durante el 2009 se ha previsto una reducción de turistas europeos del 4,1% con motivo de la coyuntura internacional. Las perspectivas apuntan a que en 2010 se corrija esta tendencia y se registre un crecimiento estimado del 5,3%.

**6** Los turistas españoles cuentan con buenas conexiones aéreas para llegar a Australia. Diferentes aerolíneas ofrecen vuelos regulares vía Londres, París o Frankfurt, como pueden ser Singapore Airlines, British Airways, Thai Airways, Air New Zealand, Malaysia Airlines, Emirates o Cathay Pacific. La compañía Iberia anunció el pasado junio vuelos diarios a Sídney en colaboración con la compañía Qantas.

**7** Tourism Australia considera muy valiosa la colaboración del trade, y en especial de los Agentes de Viajes, a quienes está dirigido el nuevo Programa de especialización Aussie Specialist en español.

El programa certifica a los agentes para comercializar mejor el destino, y éstos benefician de herramientas de información y actualizaciones de noticias, eventos de formación y fam trips a Australia. Los agentes interesados han de inscribirse en [www.specialist.australia.com](http://www.specialist.australia.com) para empezar a explorar los múltiples aspectos de Australia.

**8** Australia es un destino que aparece en los folletos de Tourmundial-Viajes ECI, Catai, Ambassador Tours, Southern Cross, Kuoni, Kirunna, Splendid Travel, Nobeltours, Dimensiones, Traveldays, Transrutas, Racc, Terres de somriures, Excellence Tours, Nuba, ICU, Tandem, Bru & Bru, Sol Plan buceo, Club Marco Polo, Nueva Zelanda viajes Australia alternativa, Viatges Touareg y Club América Asia África.

**9** Según la tendencia observada el año pasado, al viajero español le gusta disfrutar de unas vacaciones largas, de una media de 40 días, muy por encima de los 32 días de promedio del global de turistas extranjeros. No le gusta andar justo con el dinero, con un gasto medio por persona de unos 6.302 AUD (alrededor de 3.600€) en cada viaje; y prefiere moverse por el país antes que centrarse en una única zona. El año pasado, el español dedicó un 37% del viaje a otros territorios y estados fuera de las principales ciudades (Sídney, Brisbane, Melbourne o Perth). Esta media también supera el 33% de la media general.



**1** Australia es un país especialmente atractivo para aquellos viajeros “buscadores de experiencias”, a los que la distancia, el tiempo o el coste no les supone una barrera a la hora de viajar. Lo que les mueve a Australia es la actitud desenfadada de sus gentes, los valores multiculturales y por supuesto, la

**10** Queremos transmitir la filosofía de Australia al viajero español, al “buscador de experiencias”. Australia es un país grande, bello, que eleva el espíritu y te abraza como si de un antiguo amigo se tratara, diciéndote “ven, tengo mucho que enseñarte”. Nuestra web Australia.com, de la que pronto se lanzará una versión en español, saciará la curiosidad y podrá convertirse en el preámbulo de un viaje único



**1** Austria ofrece una oferta cultural insólita en combinación con una naturaleza intacta y muy conservada. El Viajero español aprecia mucho la variada oferta cultural que se extiende desde Bregenz hasta el Neusiedlersee, y además se mantiene durante todos los días del año.

**2** Los lugares de interés de Austria para el viajero español son: Viena, la capital de Austria, Salzburgo, la cuna de Mozart, Innsbruck, la capital del Tirol a pie de los Alpes, Graz la segunda ciudad más importante de Austria, Linz, capital cultural europea 2009, y luego rutas como por ejemplo: la Ruta Romántica Austríaca, la ruta en bicicleta por el Danubio, las rutas por la cámara de la sal, rutas alpinas por el Tirol y Salzburgo.

**3** En el 2008 han visitado unos 283.271 Españoles Austria, lo que son en total: 710.340 pernотaciones en Austria. 2008 visitaron un 4,7 % más Españoles como turistas Austria.

**4** Debido a la situación actual (crisis mundial) se preve un descenso, no obstante destinos austriacos como Linz o Salzburgo demuestran ligeros aumentos de visitas españoles.



**Werner Fritz**  
director de la Oficina de Austria

**5** Actualmente contamos con un 20,4% menos de españoles desde Enero. Independiente de esto, seguimos ejecutando todas las acciones de marketing, y no prevemos de cortar las actividades de marketing dirigidas hacia el público final ni público profesional.

**6** Barcelona esta algo mejor conectada con Viena que el resto de España. Austrian Airlines vuela dos veces diariamente desde Barcelona a Viena y Skyeurope diariamente. Además hay algunas conexiones de compañías low cost que vuelan desde Girona a Linz y Graz. Air Berlin conecta Austria desde 15 ciudades españolas vía Palma, y desde Madrid vuela Iberia dos veces al día a Viena. Después de Viena, Munich es el gateway más importante, por lo tanto las conexiones de Lufthansa desde España a Munich sirven para poder llegar a la parte Alpina de Austria. Lo mismo ocurre con Swiss, que conectan España desde varios puntos vía Zurich con Austria.

**7** Las agencias de viajes especialistas en el destino de Austria, siguen siendo un soporte y canal de venta importante. Intentamos de coordinar actividades de marketing con las agencias de viajes especialistas en Austria, como por ejemplo formaciones de personal sobre el destino, Fam trips, ferias para profesionales, marketing, presentaciones de destino...

**8** Tourmundial, Condor Vacaciones, Exit-Tours, Catai, Travelplan, Iberojet, Terranova Tours, Politours, Ambassador Tours, Aviotel, Eurovacacnes, Natura, Sol Tour, Nobel Tours, Panavision, Mapa Tours.

**9** El viajero español se informa temprano sobre varios destinos, pero se decide a última hora. El perfil clásico es de clase mediana hasta alta, con una formación académica o escuela superior, suele ser un viajero experimentado, viaja en familia o pequeños grupos de amigos, demuestra tendencia de combinar el interés cultural con la estancia en la naturaleza, se informa bien sobre el destino elegido, viaja en la época de verano, Navidad, y según mes en Semana Santa; busca alojamiento en las categorías medianas-altas, le gusta la gastronomía esmerada y regional, aprecia apoyo lingüístico o información en castellano. Además el viajero español suele ser un gran consumidor local, quiere decir intenta gastar en souvenirs, ropa-moda, gastronomía y cultura.

**10** Agradecemos las colaboraciones con los profesionales y estamos a su disposición.



**1** La experiencia del “Mediterráneo tal como era”, es nuestro slogan. Es un país ‘exótico’ en Europa, variedad de paisajes y culturas con siete lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, cercanía, hospitalidad de sus gentes, excelente relación calidad-precio, seguridad, gastronomía, por sus pueblos y ciudades medievales, por su agradable clima.

**2** Posee una gran herencia cultural por todo su territorio, además del patrimonio natural (8 parques nacionales y 11 parques naturales), casi 6.000 kilómetros costa (incluyendo islas), unas 1.244 islas e islotes. Por lo que la ruta del viaje estará en función del interés del viajero. Croacia ofrece un amplio abanico de posibilidades que permitirán encontrar la mejor opción para cada viajero.

**3** En el año 2008 se registraron un total de 338.982 pernотaciones de ciudadanos españoles, lo que supone un incremento del 13% comparado con las cifras del año 2007.

**4** Croacia es un mercado en auge, que con el incremento del conocimiento de su oferta turística y las buenas experiencias de los viajeros que han visitado el país, atrae cada vez más el interés, por lo que pensamos que las perspectivas son positivas. Esto coincide a la vez con una oferta cada vez más amplia por parte de los tour operadores que incluyen Croacia en su programación y de las líneas aéreas, que incrementan año tras año su apuesta por Croacia con vuelos directos que conecten España y Croacia, siendo el objetivo que estas rutas extiendan su periodo operativo e incluso se mantengan operativas todo el año.

**5** Es un año complicado a todos los niveles, incluyendo el sector turístico, por lo que esperaremos hasta el final de la principal temporada estival para poder aportar datos fidedignos a este respecto.

**6** La operativa aérea de vuelos directos entre España y Croacia es cada vez mayor; Vueling opera la ruta Barcelona-Dubrovnik mientras que Croacia Airlines vuela desde la ciudad condal a Zagreb. Desde Madrid es Iberia quien ofrece los vuelos a Dubrovnik y Zagreb e Iberia Regional / Air Nostrum ha lanzado este año la ruta Valencia-Dubrovnik. Si analizamos esta oferta podemos decir que en el año 2009 se ha producido un gran avance que esperamos se consolide y nos permita hablar de vuelos directos permanentes entre España y Croacia en un futuro previsible. Cabe además resaltar que en el año 2006 no existían vuelos directos entre ambos países, siendo Clickair quien en 2007 apostara por la ruta Barcelona-Dubrovnik, que se afianzó





en el 2008; Iberia por su parte comenzó a volar desde Madrid a Dubrovnik en el 2008 ampliando su operativa a Zagreb este año. Aunque de momento las rutas sean solo de temporada, esperamos que las compañías aéreas puedan ampliar el periodo de operaciones e incluso mantengan algunas como rutas permanentes.

**7** Las agencias de viajes juegan un papel primordial en nuestra estrategia de promoción ya que son, en último término, las que a raíz de su conocimiento del país y de su capacidad de venta, hacen posible que Croacia sea un destino atractivo y cada vez más solicitado por los españoles. Es por eso que desde la oficina ponemos a disposición de las agencias de viajes toda la colaboración posible y desarrollamos herramientas como nuestro curso de formación online "Experto en Croacia" para que adquieran un conocimiento más sólido del destino.

**8** En nuestra página web [www.visitacroacia.es](http://www.visitacroacia.es) existe un listado que reúne a tour operadores y agencias de viajes especializadas que ofrecen Croacia en su programación. Desde la Oficina de Turismo no podemos sino agradecer el interés que Croacia despierta en el sector.

**9** No hay un perfil determinado de viajero a Croacia, ya que la oferta turística es muy amplia. Si hubiera que resaltar un denominador común sería, el de personas con curiosidad de conocer a otro país, parajes, gastronomía, y un largo etc. A la vez indicar, que el viajero español es muy bien recibido en Croacia que a su vez contribuye a la buena experiencia del viaje.

**10** Queremos agradecer al sector turístico español (tour operadores, compañías aéreas, agencias de viajes...) su apoyo a Croacia como destino y la atención y el tiempo que muchos agentes de viajes han dedicado a conocer mejor el país a través del curso de formación online que hemos lanzado este año. También queremos dar las gracias a los medios de comunicación, que nos proporcionan una cobertura cada vez mayor y que este año nos han dedicado algunas de sus portadas y de sus espacios audiovisuales.



**1** Egipto ofrece muchos tipos de viajes al turista español, como pueden ser el turismo cultural, sol y playa, de buceo, deportes subacuáticos, desierto y aventuras, entre otros.

La verdad es que Egipto es un conjunto de destinos turísticos que se puede disfrutar cada vez como un destino nuevo.

**2** Siempre el ciudadano español opta por el turismo cultural y particularmente esta interesado por la cultura faraónica, y por ello va buscando visitar las pirámides de Giza, el Museo Egipcio, Menfis y Sakkara, el Bazar de Khan El Khalili, el barrio Copto..., todo ello en El Cairo. También están interesados en realizar un crucero por el Nilo, el cual discurre por Luxor, en donde podrán ver el Valle de los Reyes, los Templos de la Reina Hatshepsut, de Luxor y de Karnak, entre otros monumentos, después subiendo por el Nilo visitando las ciudades de Edfu y Kom Ombo, Templo de Horus y Templo de Shobek respectivamente. Prosiguiendo el río se adentrarán en la ciudad de Aswan donde disfrutarán de un pequeño paseo en faluca entre sus islas, el obelisco inacabado, el Museo Nubio y más. Desde aquí podrán ir hasta Abu Simbel donde se maravillarán con sus majestuosos Templos de Ramsés II y Nefertari.

**3** En los últimos cinco años el número de turistas españoles ha crecido notablemente incluso llegó a crecer un 56% en el año 2005 con respecto al 2004. Pero desafortunadamente este crecimiento se frenó a partir del 2008 debido a la situación económica que estamos sufriendo a nivel mundial, el número más alto de españoles que visitaron Egipto es de 170.000 turistas.

**4** De cara al futuro España se considera uno de los mercados más comprometidos y vírgenes y estamos seguros que en un futuro próximo vamos a tener un crecimiento igual a lo que estábamos teniendo hasta el 2007 y esto debido a muchos factores como el interés que siempre han demostrado los viajeros españoles por nuestro país y también por la calidad y diversificación de nuestros productos turísticos.

**5** Debido a la actual crisis hemos percibido un frenazo del crecimiento del mercado español a nuestro país, pero aún así y con lo hablado con los tour operadores y con las agencias de viajes Egipto es uno de los destinos turísticos que han sido menos afectados con dicha crisis y que es uno de los destinos que han mantenido buena demanda, y además ayudó a muchos tour operadores a sobrevivir dicha crisis.

**6** Las conexiones aéreas son primero las aerolíneas egipcias y españolas (EgyptAir que vuela a diario desde Madrid a El Cairo

y 5 veces semanales desde Barcelona, además de los vuelos charter que ponen los tour operadores hacia los aeropuertos de Luxor y Aswan y que su frecuencia depende siempre de las temporadas y la demanda, llegando a ser en algunos casos más de 20 aviones semanales)

**7** Las agencias de viajes y los tour operadores, además de los medios de comunicación son nuestros socios de trabajo en cualquier mercado en el mundo; nuestros planes de promoción siempre los ponemos en coordinación con ellos.

**8** Los tour operadores que ofrecen Egipto son casi todos los que trabajan en España y entre los más destacados Viajes El Corte Inglés, Club 5 Estrellas, Royal Vacaciones-Ambassador, Iberojet, Catai y otros.

**9** El viajero español cuando viaja a Egipto disfruta de su cultura, de la historia, del trato de su gente y sus tradiciones, respetando en cada momento sus monumentos y su entorno, aprovechando su viaje para sumergirse entre los mercados y zocos de cada ciudad, gastando una cuantía mayor que otros turistas que nos visitan.



**Magued Pomeroy**  
director de la Oficina de Egipto

**10** En Egipto se están dando a conocer nuevos destinos para el turismo español, como es el turismo de sol y playa tanto en el Mar Rojo (Sharm El Sheikh, Hurghada, Marsa Alam...), donde se puede practicar buceo disfrutando de los mejores fondos marinos del mundo, en sus aguas cristalinas entre corales y su espectacular vida subacuática, además de poder combinar estos viajes con turismo de aventura y safari en el desierto del Sinaí como en el Mediterráneo en el Alamein, en la costa norte del país; todo esto, a parte de las maravillas de los oasis de Egipto (Dakhla, Siwa Bahariya...), donde se puede disfrutar de muchas actividades desérticas: safaris en 4x4, en Quads, dar paseos en camello o a caballo, e incluso visitar sus fuentes termales con beneficios terapéuticos.



**1** Finlandia es un país de muchos contrastes. El viajero español encuentra allí impresionantes paisajes naturales, tranquilidad y actividades en la naturaleza tanto en verano como en invierno. Pero al mismo tiempo puede disfrutar del ambiente metropolitana de las ciudades.

**2** En Finlandia es muy fácil disfrutar de la naturaleza en cualquier parte del país. Incluso las ciudades tienen muchos parques y los bosques se encuentran a pocos kilómetros de los centros. Si uno quiere desconectarse completamente de la vida urbana, puede dirigirse a áreas como la región de los lagos, Laponia o el archipiélago. O si lo que busca es combinar la vida urbana con actividades en la naturaleza, es adecuado viajar a ciudades como Helsinki, Turku, Tampere y Jyväskylä, entre otras.

**3** En el año 2008 hubo unas 127.000 pernoctaciones.

**5** Es obvio que la crisis está afectando a todos los países. Pero a pesar de la situación el español sigue viajando al extranjero. Los cambios se han notado más en la manera de comprar el viaje. De momento se compra mucho más en el último momento y "en rebajas".

**6** Las mayores líneas aéreas europeas tienen buenas conexiones de diferentes ciudades de España a Helsinki y la aerolínea finlandesa Finnair tiene vuelos

directos diarios a Helsinki desde Madrid y Barcelona durante todo el año. Además Blue1 (SAS) vuela varias veces a la semana desde Barcelona a Helsinki. También se puede ir en coche propio cruzando el Báltico con uno de los muchos ferrys que salen desde Suecia, Alemania o Estonia. De todos modos vemos que hay más demanda especialmente para vuelos directos y esperamos que en el futuro haya más conexiones.

**7** Las agencias son nuestros cooperadores esenciales. A través de y gracias a ellos el cliente llega a conocer nuestro país y realizar el viaje. La gente compra sus viajes también en internet pero el papel de agencias sigue siendo muy importante en cuando se trata de un viaje a Finlandia.

**9** El viajero español es muy activo y aficionado; prepara su viaje bien y quiere conocer muchos lugares a la vez.



## Francia

**1** Seguridad, proximidad, acceso, infraestructuras, variedad de la oferta, cultura, gastronomía, naturaleza, ciudades, actividades, parques de atracciones, posibilidad de estancias cortas o largas, alojamiento de todo tipo y precio.

**2** Según lo que busca, lo puede encontrar en Francia.

**3** Con 5,6 millones Francia es el primer destino extranjero elegido por los españoles, un 18%.



**Patrick Goyet**  
director de la Oficina de Atout France

**4** Buenas perspectivas, mercado cercano con acceso fácil, desarrollo de los "low-cost", alojamiento de todo tipo y precio

**6** 24 ciudades españolas tienen líneas aéreas hacia 12 ciudades francesas, operadas por 12 compañías aéreas. Tren, autobús, red de carreteras muy bien desarrollado.

**8** Mas de 80 tour operadores (mayoristas y minoristas) programan Francia.

**9** El viajero español en Francia disfruta de todo lo que hay –museos, monumentos, restaurantes, tiendas, actividades, naturaleza– y gasta mas dinero que los viajeros de otros países europeos.



## Israel

**1** Un alto porcentaje de nuestros visitantes lo hacen por motivos religiosos (70-75%) combinado con los históricos. Es un paseo por la historia judeocristiana. Realmente, apasionante y que no deja a nadie indiferente y que todos nuestros visitantes tienen la sensación de haber viajado en el tiempo y de sentirse como en casa, leyendo carteles en la carretera con nombres como Jerusalén, Galilea, Nazareth, Tabor... Y gracias al aspecto Tierra Santa de Israel, éste nos permite dar a conocer otros atractivos menos conocidos como los 13 lugares UNESCO, el turismo de salud en la región del Mar Muerto y Tiberiades, ecoturismo, rutas vitivinícolas...

**2** La ciudad más visitada en Israel es su capital, Jerusalén, la ciudad dorada. No hay adjetivos para describirla. Hay que ir para sentir. Nazareth, como ciudad de la Anunciación; Tiberiades, junto al Mar de Galilea; el Mar Muerto y la fortaleza de Massada; la ciudad medieval de San Juan de Acre y la parte antigua de Tel Aviv-Yafo. Pero cada persona tiene su propia lista de preferencias.

**3** Fueron 65.341 viajeros españoles (un 39% más que en el 2007).

**4** Somos moderadamente optimistas y confiamos en la capacidad del Estado español para salir de la crisis actual. Los grupos de peregrinación están saliendo en igual número aunque de menor cuantía. Nuestro mayor esfuerzo va encaminado a ellos y trabajamos para que su viaje sea "el viaje de su vida". Cada peregrino que regresa de Tierra Santa se convierte, automáticamente, en nuestro mejor promotor. En cuanto a los individuales, es







**Dolores Pérez**  
directora de la Oficina de Israel

una tarea algo más complicada. Eso lo sabemos todos los que estamos al frente de una oficina de promoción turística. En nuestro caso, contamos con la inestimable y experta colaboración de operadores y agentes de viajes. Las estadísticas este año serán negativas aunque el reto está en conseguir que el impacto sea el menor posible. En eso estamos.

**5** En lugar de grupos de 50-60 personas, ahora salen 30-35 personas.

**6** Hay vuelo directo. El Al desde Madrid y Barcelona e Iberia desde Madrid.

**7** Los agentes de viajes son esenciales en el proceso de compra de un paquete turístico. Muchos clientes confían en sus consejos. De ahí la importancia de los seminarios de formación para dar a conocer el destino y romper "tópicos", los boletines informativos, los fam-trips...

**8** Lista operadores: Aegyptus, Ambassador Tours, Angalia, Aviotele, Catai, Club de Vacaciones, Costa Cruceros, Dream Fly, Dunia, Euroclass, Icu, Image Tours, Indorient, Kirunna, Kuoni, Tour Mundial, Interpax, Mapa Tours, Nubia Tours, Politours, Producto Propio, Royal Wawel, Transrutat, Travelplan, Viva Tours...

**9** No tengo un estudio sobre el turista español en Israel pero la estancia media está en 6 días y medio. Alojamiento en Jerusalén, Tel Aviv y Tiberiades. Es muy valorado entre los comerciantes. Viaja en pensión completa (grupos religiosos).



**1** Italia ofrece al viajero español, entre muchas otras cosas: arte, historia, turismo cultural y religioso, que constituyen alrededor del 80% de la motivación de viajes de los españoles. Se consolida también el turismo enogastronómico, mientras que aumenta el turismo de negocios, el termal y el de naturaleza. Las obras de arte están por todas partes, y cada rincón del país reserva infinitas y maravillosas sorpresas. Hay que recordar que Italia posee más del 40% del Patrimonio Artístico Mundial

**2** Las principales ciudades de arte como Roma, Florencia y Venecia siguen siendo las ciudades más solicitadas por el español pero en estos últimos años ha habido un gran incremento hacia las islas de Cerdeña y Sicilia y la Región de Campania (Nápoles y la Costa Amalfitana).

**3** Según datos del ISTAT (Instituto de Estadísticas Italiano) y referentes al año 2007:  
1.976.899 llegadas  
5.306.063 presencias  
Según datos estimados del Banco de Italia en el año 2008 visitaron el país:  
2.760.000 españoles.

**4** Las perspectivas son buenas, se prevé un continuo crecimiento en el sector de viajes cortos, sobre todo fines de semana y puentes, gracias a las conexiones aéreas de low cost.

Además desde Roma se ha creado una nueva campaña promocional "Italia much more" para reconquistar a los viajeros españoles y extranjeros a través de una serie de spots publicitarios de un gran impacto, donde se podrá descubrir



**Laura Della Rocca**  
subdirectora de la Oficina de Italia

la variedad de las bellezas naturales, artísticas y culturales de Italia, realizados por Rai Trade. El ENIT-Agencia utilizará estos spots en todas las actividades organizadas para promover unas vacaciones Made in Italy y el lifestyle italiano.

**5** Según encuesta realizada con los T.O., las ventas hacia Italia han disminuido una media del 15%. Por lo que se refiere al turista independiente (que organiza el viaje por su cuenta) se ha mantenido y ha tenido un ligero aumento respecto al mismo periodo del 2008.

**6** Además de Alitalia, compañía aérea nacional que une las principales ciudades españolas con las principales italianas, ahora mismo contamos con un gran número de conexiones aéreas de "low cost" entre distintas ciudades españolas e italianas. También gracias a Grimaldi Lines, compañía naviera que une Barcelona con Civitavecchia (Roma) y Porto Torres en la isla de Cerdeña y la compañía Grandi Navi Veloci que une Barcelona con Génova. Es también importante destacar el tren Elipsos que une Barcelona con Turín y Milán.

**7** Como en todo lo que se refiere al turismo las agencias de viajes tienen un papel primordial en la promoción de Italia en España. Son el lazo de unión entre Italia y el turista español. Es de destacar que en los últimos años se ha verificado un aumento del viaje individual sin utilizar los servicios de agencia.

**8** Hay aproximadamente 115 operadores españoles que ofrecen el producto Italia en sus catálogos; con 13 catálogos totalmente dedicados a Italia y un total de 2.445 páginas de catálogo dedicadas a Italia (datos 2008). Entre los más importantes tour operadores citaremos: Ambassadors, Bancotel, Carta Italia, Catai Viajes, Condor Vacaciones, Mapa Tours, Panavisión, Politours, Pullmantour, Touritalia, Tourmundial-Viajes El Corte Inglés, Transhotel, Trapsatour, Travelplan, etc. etc.

**9** Es un turista entre 15 y 70 años, con estudios superiores y que viaja a Italia principalmente motivado por el arte, la cultura, la historia y por la gastronomía y shopping.

**10** En el año 2009 el ENIT-Agencia Nacional Italiana para el Turismo celebra su 90º aniversario al servicio del turismo italiano, por lo que seguiremos creyendo en la importancia de nuestras oficinas para promocionar Italia en el extranjero y el servicio que presta al turista y a los tour operadores locales.



## Jordania

**1** Un destino completo, hermoso, seguro, variado y cercano.

**2** Petra naturalmente, el Mar Muerto, Desierto del Wadi Rum, Amman, Jerash, Um-Qais, Betania y Aqaba.

**3** Casi 42.000 viajeros.

**4** La introducción de Jordania Bíblica, o sea la tierra del Antiguo testamento; Desde Betania (el lugar del Bautizo de Jesús) hacia atrás pasando por San Juan, Herodes, Salomé, Elías, Eliseo, Moisés, Josué, Aaron, Jacob, Job, Lot, Abraham, Ruth etc.

**5** La Crisis ha afectado a todos los destinos especialmente a aquellos lejanos a España.

**6** La única compañía aérea con vuelos sin escala es Royal Jordanian. Para que un país pueda decir que el servicio de llegada y salida es efectivo igual cantidad de vuelos desde uno hacia el otro. O sea sería necesario que Iberia volara a Jordania.

**7** Son los puntos de venta más importantes para el turismo Jordano en España ya que son los distribuidores de los paquetes turísticos de los Operadores Españoles.

**8** Los principales Operadores españoles ofrecen Jordania en sus folletos.

**9** Culto y deseoso de conocer y experimentar otras culturas. El español viaja por periodos largos, 8 a 12 días, duerme en buenos hoteles y aprecia conocer y visitar museos, restaurantes y lugares de diversión.

**10** El mercado español se sentirá atraído hacia Jordania más que nunca cuando vea los nuevos paquetes turísticos que incluirán la Jordania Bíblica.



**Pedro Oviedo**  
director de la Oficina de Jordania



## Polonia

**1** Lo principal que ofrece Polonia es la sorpresa. Mucha gente en España pensando en Polonia, piensa en un país gris con toda la carga de su historia, sobre todo relacionada con la II Guerra Mundial y el pasado comunista con grandes plantas industriales. Sin embargo, una vez hayan viajado, se llevan por regla general una muy grata sorpresa: no todo ha sido destruido (Cracovia), lo que ha sido destruido se ha reconstruido con mucho cariño y afán de superar malos momentos (Varsovia) y Polonia no son solamente grandes astilleros famosos por el sindicato Solidaridad y Lech Walesa, sino también preciosos edificios de una ciudad perteneciente a la Liga Hansa (Gdansk).

**2** Las ciudades arriba mencionadas son un reclamo entre los viajeros españoles y ya empezamos a ampliar la oferta por las ciudades y lugares de igual interés histórico y artístico, como Torun, otra de las ciudades Patrimonio de la Humanidad, Wroclaw, la capital de la región de Silesia Baja, Poznan y, últimamente, Lodz que aspira a ser la Capital Europea de Cultura en 2016.

Para los viajeros que buscan descanso en la naturaleza, ofrecemos, entre los 22 parques nacionales, sobre todo el Parque Nacional de Bialowieza, Reserva de la Biosfera y hábitat natural del bisonte europeo. Nos gustaría también dar a conocer más la zona de los lagos polacos, un producto para descansar activamente, ya que España carece de tal concentración de lagos grandes y pequeños.

**3** El año pasado, según el Instituto de Turismo polaco nos han visitado 110.000 españoles. Desgraciadamente, por primera vez desde hace varios años hemos notado una ligera bajada en el número de visitantes desde España.

**4** Nos damos cuenta perfectamente de que la crisis económica ha influido en la decisión de viajar al extranjero por parte de los españoles. Sin embargo, consideramos que podremos recuperar rápidamente las cuotas en el mercado emisor español, principalmente porque no somos un destino de larga distancia, sigue habiendo red de vuelos directos desde España a Polonia y, por último, nuestro destino sigue siendo más económico que otros comparables destinos europeos, lo cual se debe al cambio del euro en la moneda polaca (zloty).

**5** La crisis, entre otros factores, perjudicó al sector de agencias de viaje en España. Notamos por lo tanto menor interés por parte de las agencias y la reducción de viajes organizados. No obstante, el turismo individual, contratado directamente, se mantiene al mismo nivel. Esperemos que la dinámica de cierres de las agencias de viaje en España se frene muy pronto y podremos recuperar también este sector.



**Agata Witoslawska**  
directora de la Oficina de Polonia

**6** Estamos bastante contentos con la actual red de vuelos directos a Polonia pero obviamente todo se puede mejorar. Sobre todo en relación a los vuelos directos a Cracovia que es el destino polaco más conocido y perfectamente puede ser un destino atractivo durante todo el año.

**7** Para nosotros esa parte de la cadena, desde seducir al viajero hasta que compre el viaje, es fundamental. Sobre todo si conoce el destino y puede de esta manera proporcionar una información fiable teniendo al mismo tiempo el trato directo con el cliente. En este sentido, el trabajo del agente de viaje tiene dos factores: el técnico proporcionando información y ayudando a organizar el viaje de la mejor manera posible, y el factor humano. En septiembre organizamos en Polonia el workshop Meet Poland, una de las iniciativas para que el agente de viaje español se familiarice con el destino.

**8** Todos los principales tour operadores tienen la oferta de Polonia.

**9** El viajero español es muy exigente pero al mismo tiempo es un cliente muy grato, siempre y cuando el destino le gusta. Muchas personas entre los españoles empiezan su viaje planificándolo, lo cual es muy positivo porque en este sentido las oficinas de turismo podemos desarrollar unas de nuestras principales actividades: la información al viajero. Los españoles son también los viajeros que en muchas ocasiones no se olvidan de compartir las experiencias de su viaje que –en caso de que dichas experiencias sean positivas– es la mejor publicidad para cualquier destino.





**1** La República Checa es un destino de proximidad con una excelente relación calidad-precio, un país pequeño (del tamaño de Andalucía) fácil de recorrer en coche o transporte público gracias a sus modernas infraestructuras. Si bien Praga es nuestro mayor reclamo –por su belleza y por su vibrante actividad cultural durante todo el año–, otras regiones como la de Karlovy Vary, Bohemia del Sur o Moravia del Sur, despiertan el interés del viajero español por la riqueza de su Historia, sus monumentos Patrimonio Mundial de la Unesco (12 en todo el país), su amplia oferta de actividades al aire libre o sus delicias gastronómicas, siempre acompañadas por una cerveza o un vino local.

**2** La Oficina Nacional Checa de Turismo recomienda las escapadas “Praga + 1”, dirigida a que los turistas españoles combinen su estancia en la capital con una extensión a otro punto turístico del país como Brno, la segunda ciudad checa, que es una urbe cosmopolita con importantes museos y galerías de arte; Cesky Krumlov, de aniversario por los 700 años de su fundación; Karlovy Vary, la más célebre ciudad-balneario checa y cuna del glamour centroeuropeo; Pilsen, cuna de la cerveza rubia; Olomouc, donde se encuentra la reserva monumental más grande de Moravia...

Asimismo, hay un amplio abanico de rutas temáticas que recorren el país en busca de tesoros muy específicos, como la Ruta de los Castillos y Palacios, en la que se visitan los más destacados de los 200 que existen en el país; la Ruta de la Cerveza o la Ruta de la Unesco.

**3** España, con 246.503 turistas en 2008, representó el octavo mercado emisor de turistas a la República Checa, después de Alemania, Reino Unido, Rusia, Italia,



**Katerina Menclova** *directora de la Oficina de la República Checa*

Polonia, EE.UU y Eslovaquia. En cómputos globales, los españoles significaron un 3.7% del total de 6.653.053 turistas que visitaron las diferentes regiones checas.

**4** La Oficina Nacional Checa de Turismo sigue apostando fuerte por varios segmentos: la oferta turística de alto standing, con productos como el Golf, con la acuñación del slogan “República Checa-La República del Golf”; el Spa y las compras, confiando en la buena aceptación hasta la fecha. En segundo lugar, el turismo activo en los parques nacionales y montes de la República Checa, que dispone de una superficie verde del 40% y una importante red de senderos para pasear, hacer trekking o ciclo-turismo; esta última una opción cada día más popular.

Con las nuevas propuestas lanzadas este 2009 para el Turismo Senior y las acciones para jóvenes, CzechTourism espera que la República Checa se consolide como un destino atractivo para una variedad más amplia de públicos. La tendencia en alza de los viajes tipo ‘city-break’ también nos es beneficiosa, dado que Praga es una ciudad para visitar en cualquier estación.

**5** La situación de crisis nos favorece con respecto a otros destinos, al tiempo que los turistas se decantan por viajes de corto alcance, apto para todos los presupuestos.

**6** El importante aumento de turistas registrado en la República Checa desde su integración en la UE hace cinco años ha propiciado un ‘boom’ en el aumento de aerolíneas que operan en el país, especialmente destacado en las ‘low-cost’. En 2008, la oferta de las 15 compañías aéreas que operaban en el aeropuerto de Praga ascendía a 90.000 asientos semanales, un 66% más que en 2004. Desde España, las conexiones de vuelos directos están garantizadas por los 20 vuelos semanales de la compañía nacional Czech Airlines desde Madrid y Barcelona, así como los siete de Iberia con salida de Madrid. Las de bajo coste Smart Wings, Wizzair y Vueling conectan diferentes ciudades españolas (Valencia, Málaga, Tenerife, Palma de Mallorca, etc) con Praga-Ruzyně, y en el caso de Smart Wings también con los aeropuertos internacionales de Brno (200 km desde Praga) y Ostrava (350 km desde Praga).

**7** Las agencias son claves a la hora de la venta de los circuitos. No obstante, la tendencia en términos globales demuestra que la mayoría de los turistas extranjeros –en torno al 74%– que llegan a la República Checa viajan por libre.

**8** Los principales touroperadores que comercializan el destino República Checa en nuestro país son Tourmundial-Viajes el Corte Inglés, Panavisión, Mapa Tours-Tierra Joven, Condor Vacaciones, Iberojet, Club 5 estrellas, Politours, General Tours y Nobel Tours.

**9** El español es un viajero muy ecléctico en cuanto a edad y gustos, aunque le interesa la cultura del país que visita y agradece una buena gastronomía. Es exigente con la calidad-precio pero no duda en gastar cuando se encuentra de vacaciones. Para los checos a veces nos resulta un poco ruidoso, pero compartimos otros valores como el humor.

**10** Aprovechamos para agradecer a los TO su disposición a colaborar en los proyectos que se le proponen con la intención de buscar sinergias, así como la incorporación en sus programas de nuevas rutas o circuitos promocionados desde CzechTourism España, como pueden ser los nuevos programas de Golf en la República Checa o la Ruta de la Cerveza coincidiendo con las festividades checas en honor a la ‘lager’.



**República Dominicana**

**1** Un lugar entrañable donde disfrutar de unas vacaciones fuera del estrés cotidiano. El trato afable de gente hospitalaria y siempre sonriente y un paraíso natural de sol y mar en el centro del Caribe con una historia de más de 500 años. Crisol de culturas y cuna de Las Américas.



**Paola Dimitri** *directora de la Oficina de Rep. Dominicana*

**2** Punta Cana –por su gran oferta hotelera de resorts de sol y playa Santo Domingo– por sus 500 años de historia y cultura Samaná es un paraíso natural santuario de ballenas jorobadas.

Puerto Plata; destino para conocer de cerca el sabor de lo dominicano, la novia del Atlántico, cuna de ron y de los yacimientos de ámbar.

La Romana y Bayahibe; para disfrutar del golf y de la alta gama, de la naturaleza y el buceo.

Cabarete; la ciudad de Viento, para practicar deportes extremos, windsurf y kitesurf.

**3** 260 mil turistas españoles.

**4** Seguir siendo el destino líder en el Caribe, en la preferencia de los vacacionistas españoles.

**5** Dadas las actuales circunstancias el mercado español ha decrecido un 8% en relación con el año anterior.

**6** España esta conectada a la República Dominicana a través 2 líneas aéreas regulares y vuelos charters, que sirven los principales aeropuertos del país.

**7** Son nuestros mejores aliados para llegar a nuestros consumidores finales.

**8** Travelplan, Orizonia, Marsans, Soltour, Barceló...

**9** Vital y divertido, le gusta interactuar y conocer las costumbres de los pueblos que visita.



**1** Ofrece una excelente relación calidad/precio y variedad de productos interesantes: turismo de sol y playa, cultura y arqueológico, de congresos e incentivos o aventura y salud (2º destino mundial en este aspecto, cuenta con 45 centros de talasoterapia a lo largo de sus 1.300 kilómetros de costas. Para el turista español es ideal por su cercanía geográfica, como dato desde Barcelona se tarda 1 hora y media de vuelo. En lo referente al turismo de aventura ofrece enclaves muy interesantes, habiendo sido elegido por diversos cineastas de todo el mundo para sus rodajes, como por ejemplo los de La Guerra de las Galaxias o El Paciente Inglés. Además cuenta con una infraestructura de hoteles de 4 y 5 estrellas del mejor nivel para la organización de todo tipo de eventos.

**2** Túnez es un país de contrastes. Entre el azul del cielo y el ocre de la tierra pueden visitarse tanto oasis como zonas montañosas. Simplemente mencionar La Puerta del desierto en el Sur, excelente punto para el turismo activo, que puede practicar toda la familia, o los spas, entre los que figura uno de los más prestigiosos del mundo el "Tamerza Palace".

**3** 112.000 viajeros fueron a Túnez.

**5** Es difícil prever un resultado, obviamente el mercado se ha resentido, pero nosotros no hemos parado en las acciones con los medios de comunicación, el público e incentivando la red de ventas con los touroperadores, con fun trips, etc. Hemos hecho una presentación en 9 ciudades en el primer semestre del año, con un Roadshow para 900 agencias Preguntar si éste ya ha sido o va a ser.



**Issam Khereddine**  
director de la Oficina de Túnez

**6** Las conexiones son insuficientes, ojalá hubiera más. La nueva línea es un apoyo para el reto de desestacionalizar el turismo y potenciar el producto de congresos, eventos, seminarios como el que ha tenido lugar de la FEAV con 300 agentes.

**8** Las agencias juegan un papel muy importante. Los touroperadores son variados: Iberojet, Travelplan, Marsans, El Corte Inglés, Catay, Planet Travel, Orient Tours...

**9** Es un viajero con curiosidad por todo, interesado por la cultura y el contacto con la gente, con ganas de conocer las tradiciones y costumbres para que la experiencia resulte enriquecedora. Gasta dinero, le encanta ir de compras y el regateo.

**10** Sí, el nuevo vuelo a la Puerta del Desierto Madrid-Tozeur (cerca del Gran Lago Salado).



**1** El turismo turco, que es generalmente del tipo de turismo que podemos llamar sol y playa, destaca más que nada con el turismo vacacional. Nuestra costa de alrededor de 7.000 km nos sitúa en el 7º puesto en el turismo mundial por la cifra de los turistas que recibe. Por otra parte Turquía es un país que uno puede disfrutar no sólo de playa, sino también de su nieve, y sus montañas, de su historia, de su gastronomía. Es un país que ofrece un gran abanico de variedades. Los turistas españoles suelen viajar por el turismo de cultura.

**2** Gracias a la herencia cultural y su naturaleza casi todas las partes de nuestro país es demandado, pero el turista español generalmente opta por destinos como Estambul, Capadocia, Pamukkale y Efeso.

**3** En el año 2008 342.104 españoles visitaron nuestro país.

**4** El primer objetivo de nuestra Consejería de Información y Cultura en Madrid es aumentar el turista español que visita nuestro país. Para conseguir este fin intentamos llamar la atención de los españoles y dar

a conocer, a través de la prensa escrita y visual, los valores turísticos de nuestro país y las actividades culturales. Por ello se hacen publicidad y varias actividades promocionales en diferentes campos (televisión, Internet, etc.).

**5** La verdad es que Turquía no lo ha notado como otros países. Al ser un país fuera de la zona Euro no nos afectó mucho el cambio, por lo tanto no ha habido un descenso en la cifra de los españoles que viajan a Turquía.



**Ismael Aksel**  
director de la Oficina de Turquía

**6** Actualmente Líneas Aéreas Turcas (THY) e IBERIA tienen vuelos directos de Madrid y Barcelona. Hace 4 años tenían 3 vuelos a la semana ambas compañías, luego esta cifra aumentó con 7 vuelos a la semana desde Madrid y Barcelona. Ahora THY e Iberia tienen 38 vuelos a la semana de estas dos ciudades.

**7** Casi todas las agencias de Halcón Viajes a El Corte Inglés, de Mucho Viaje a 5 Estrellas, de Politours, a Viajes Iberia, de Mapa Tours a Viajes y Vacaciones tienen Turquía en su catálogo, nos están apoyando con su propia campaña y preparamos campañas juntas.

**8** Podría decir que todos los tour operadores están ofreciendo Turquía.

**9** Turquía tiene una potencial muy importante de turismo cultural gracias a su situación geográfica que une dos continentes (Asia y Europa) y un sinnúmero de civilizaciones asentadas en estas tierras. Así pues el 90% de los españoles que visitan nuestro país vienen a Turquía por el turismo cultural. Tienen un perfil bastante culto. Sobre todo se maravillan con la rica herencia cultural de Estambul. A la hora de hablar sobre los características del turista español, observamos que generalmente son de clase social media y alta y de edad mediana y superior. Por otra parte el interés de los jóvenes se aumenta cada día más.

**D**ebido a la extensión de las contestaciones recibidas a nuestras preguntas por los directores de las distintas Oficinas de Turismo, nos vemos obligados a dividir en dos partes dichas respuestas, por ello en el próximo número de esta revista finalizaremos esta encuesta.





## Madrid y Sorolla, por amor al arte

**C**omunidad y Ayuntamiento —a través de sus respectivos organismos de promoción turística, Turismo Madrid y Promoción Madrid— y Viajes el Corte Inglés, volvieron a colaborar para promocionar Madrid como destino cultural con el lanzamiento de un paquete turístico “Madrid por amor al arte - Exposición Sorolla”. Este producto incluía hotel y entrada a la exposición del pintor valenciano que organizó el Museo del Prado el pasado 6 de septiembre. La oferta ofrecía además la posibilidad de visitar el Museo de este genial artista en la capital.

Gracias al apoyo de la Comunidad de Madrid y al acuerdo firmado entre Turismo Madrid y el Museo del Prado, la exposición de Joaquín Sorolla, estu-



vo abierta al público dos horas diarias más, hasta las diez de la noche, durante julio y agosto. La iniciativa permitió que 40.000 turistas más pudieran disfrutar de esta exposición única en España. ☺



## Debate sobre turismo en la Universidad Camilo José Cela

**E**n un encuentro celebrado en la UCJC antes de las vacaciones, expertos y periodistas especializados en turismo y viajes coincidieron en afirmar que, aunque el sector atraviesa un momento de grave crisis, la recuperación va a ser progresiva y servirá para que los profesionales y las empresas que lo están haciendo bien, salgan adelante, sobreviviendo solo los mejores y más innovadores. En el ámbito del transporte, uno de los expertos, José Antonio Bautista, director de Seguridad en Vuelo de Gestair Flying Training, considera que para el sector aeronáutico el futuro no es muy esperanzador ya que en él influyen factores

como la presión laboral, la selección y la formación de pilotos, el precio del petróleo, la mayor rotación, los tiempos de escala o las fusiones entre compañías. En ningún caso la reducción de costes debe afectar a los márgenes de seguridad. Carmen Ruiz, directora de Turismo de la UCJC, expuso como la Universidad está desarrollando el proyecto del Grado Europeo para su implantación en el curso 2010-2011, de forma acorde a lo que demandan los diferentes ámbitos profesionales del sector turístico, dotando de un papel destacado al aprendizaje de idiomas y a la realización de prácticas de empresas.

En el área de formación, Víctor García, director de la Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid, hizo hincapié en la necesidad de relacionar estrechamente cocina y nutrición, dos variables que deben ir siempre unidas.

Carmela Rodríguez, vicepresidenta de AMER, aseguró que la cocina española aunque goza de buena situación por ser natural, debe elaborar una

estrategia de crecimiento y consolidación. Daniel Cortina, director del hotel Las Cortes Catalonia de Madrid, se mostró en contra de la externalización de servicios y favorable a que es preferible que el personal esté en plantilla para lograr una mayor implicación y mejorar la calidad del servicio ofrecido. Por otro lado, la mayor problemática con la que se están encontrando las agencias de viajes es el cambio de hábitos de los consumidores que ahora contratan a través de Internet. Tanto compañías aéreas como hoteles, para reducir costes, han potenciado su web propia, convirtiendo a las agencias de viajes en meras asesoras. La última parte del encuentro, que fue moderado por Francisco Javier Aragón, ex adjunto a la dirección general del departamento de Turismo de la Comunidad de Madrid, se centró en plantear perspectivas y soluciones frente a la crisis. Por parte de TAT, participaron Antonio Flórez, su presidente y José Antonio Fernández Cuesta, colaborador. ☺

J.A.F.C.





## Amplía su flota adquiriendo un nuevo barco

\* *El buque que llevará el nombre  
de Grand Holiday estará operativo  
en mayo de 2010.*

**I**berocruceros, la compañía de cruceros perteneciente a **Costa Crociere S.p.A.**, ha adquirido un nuevo buque.

El barco que pertenecía anteriormente a Carnival Cruise Lines comenzará a ser operado por **Iberocruceros** bajo el nombre de "Grand Holiday" en mayo de 2010. Antes de entrar en servicio el *Grand Holiday* (tonelaje bruto 46.052 y 1.848 pasajeros), cuarto barco en la flota de la compañía de cruceros española, será completamente renovado y transformado por **Iberocruceros** que invertirá alrededor de 70 millones de euros. El objetivo de la reforma es adecuar el barco a los gustos y confort requeridos por los clientes españoles, actualmente acostumbrados a



los estándares de calidad que ofrece **Iberocruceros**.

"Para la compañía, la adquisición de este nuevo buque supone un salto cualitativo y la consolidación de un gran proyecto -afirma Mario Martini, Consejero General de **Iberocruceros**- Además, refuerza el compromiso de nuestro grupo **Costa Crociere** en el mercado de cruceros español".

### Información Técnica del Grand Holiday

- *Eslora:* 222 metros.
- *Velocidad:* 21 nudos
- *Pasajeros totales:* 1.848
- *Tripulación:* 680
- *Número de camarotes:* 726
- *Tonelaje:* 46.052 toneladas
- *Número de cubiertas:* 9



**HURTIGRUTEN**

## Propone tres fascinantes itinerarios para conocer la Península Antártica a bordo del barco de exploración MS Fram.

**L**a compañía ofrece diversas fechas y propuestas para aquellos viajeros que deseen embarcarse en la aventura de conocer la "terra Australis incognita".

A bordo de Hurtigruten se podrá fondear las islas Falkland/Maldivas, cruzar el famoso Paseo de Drake, conocer las antiguas estaciones balleneras de Georgia del Sur, navegar hasta las Shetland del Sur, descubrir estaciones científicas, explorar las islas de la Península Antártica, así como pasear entre pingüinos y bajo el vuelo de los albatros.

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





## Cruceros Temáticos Gastronómicos

\* *MSC Cruceros enseña a bordo de sus barcos los secretos de la alta gastronomía*



**M**SC Cruceros, ofrece en todos sus barcos una experiencia gastronómica inolvidable de buena comida y excelentes vinos tanto de Italia como de todas las partes del mundo. A esto se añade, en algunos de sus cruceros, la posibilidad de completar esta experiencia con el aprendizaje de muchas de estas habilidades de la gastronomía.

Actividades de este tipo se han llevado a cabo en exclusiva en los barcos *MSC Lirica*, *MSC Melody*, *MSC Armonia*, *MSC Orchestra* así como en los extraordinarios nuevos buques insignia gemelos *MSC Fantasia* y *MSC Splendida*, para enseñar a los clientes muchos de los secretos que pueden encontrar a bordo.

Otras actividades que tienen una gran acogida entre los pasajeros de **MSC Cruceros** a hacer cócteles de frutas naturales y verduras que se encuentran en el centro de bienestar *MSC Aurea SPA*. Estas prácticas demostraciones no sólo muestran cómo preparar estas bebidas sabrosas y saludables, sino que también descubren cómo decorarlos.

Asimismo, hay cursos sobre los secretos de la pasta fresca casera o de las cremas reposteras utilizadas para decorar los exquisitos dulces que pueden encontrar a bordo. Los pasajeros pueden conocer en primera persona información privilegiada sobre la presentación y la decoración de los platos que consiguen que comer en **MSC Cruceros** sea una gran experiencia. ☺



## MSC Cruceros y UNICEF invitan a los pasajeros a subir a bordo por los niños

**M**SC Cruceros es líder del mercado en Brasil y ha demostrado su compromiso con la comunidad local a través de una importante alianza con **UNICEF**, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia.

A través de la iniciativa "MSC for UNICEF" **MSC Cruceros** está apoyando un programa de **UNICEF** para lograr un futuro mejor para los niños de 126 comunidades vulnerables de Río de Janeiro y Sao Paulo, ayudando a darles las mismas oportunidades para acceder a una educación de calidad.

**MSC Cruceros** se ha comprometido a sensibilizar a los viajeros de sus cruceros, por ejemplo entregando un folleto informativo en cada camarote. Los huéspedes también están invitados a "subir a bordo por los niños" y hacer un donativo. Esto puede ser una cantidad tan pequeña como 1€ (o 1,50\$), que puede ser añadida a la cuenta al final del crucero para una mayor comodidad del pasajero.

El proyecto es parte del programa de **UNICEF** "Educación para todos", dedicado a alcanzar la Educación Universal, uno de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas para 2015, aprobado por 192 estados miembros y 23 organizaciones internacionales. ☺

## pullmantur Nuevos itinerarios para 2009-2010

**P**ullmantur, consolida su oferta con nuevos itinerarios para 2009-2010. Entre las novedades destacan los cruceros Tierra Santa, Rosa del Desierto, Estela del Caribe, Caribe Maya y Antillas y Caribe Sur. Además, **Pullmantur** incluye vuelos directos de ida y vuelta desde Madrid a la ciudad de embarque.

El idioma oficial es el castellano, con horarios y ambiente en español; sin olvidar el "Todo incluido de calidad", uno de los aspectos más apreciados por los clientes.

### Tierra Santa

Durante noviembre y diciembre de 2009 a bordo del buque *Bleu de France* y en marzo, abril, septiembre, octubre y noviembre de 2010 a bordo del buque *Zenith*.

### Rosa del Desierto, el Mar Rojo te espera

Desde el Golfo de Suez al Golfo de Aqaba, navegarás describiendo una V por el Mar Rojo a bordo del buque *Bleu de France* en enero, febrero y marzo.

### Estela del Caribe, en busca del nuevo paraíso

Desde el 7 de noviembre del 2009 hasta el 6 de marzo del 2010 y desde el 16 de octubre hasta el 25 de diciembre

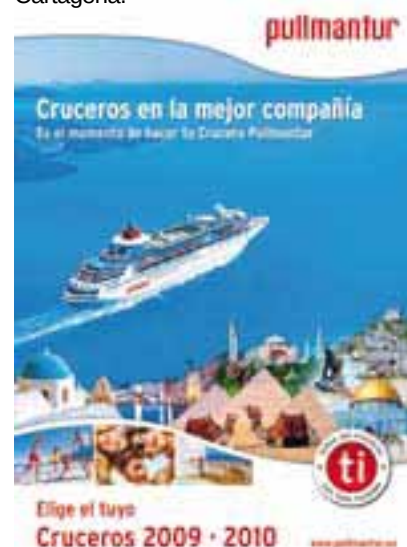
del 2010, en el buque *Pacific Dream*.

### Caribe Maya, ruta de sensaciones

Desde marzo del 2010 y hasta junio por el **Caribe Maya** a bordo del *Pacific Dream*.

### Antillas y Caribe Sur, belleza en estado puro

En el *Ocean Dream*, durante ocho días de crucero y una noche de estancia en Cartagena de Indias, desde el 3 de octubre del 2009 hasta junio del 2010 y desde octubre a diciembre del 2010, parte de Cartagena de Indias dirección Santa Marta, Aruba, Bonaire, Isla Margarita, Curaçao y finalizado en Cartagena.





## Junta y Ayuntamiento impulsan en Málaga el Plan Turístico de Grandes Ciudades más ambicioso con 22,1 millones de inversión

**E**l primer Plan Turístico de la Ciudad de Málaga será la actuación de planificación más ambiciosa para una capital andaluza hasta la fecha con una inversión de 22,1 millones de euros. La iniciativa, que estará financiada en un 60% por el Gobierno andaluz (13,26 millones) y en un 40% por el Ayuntamiento, aprovechará la notoriedad de la Costa del Sol como destino de sol y playa para situar a la ciudad como un claro referente internacional de turismo cultural en torno a la figura de Pablo Picasso.

El plan, que tendrá una vigencia de cuatro años, fue presentado en la capital malagueña por el presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, en un acto al que asistió un centenar de representantes del sector turístico de la

Costa del Sol, y que contó con la presencia del consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, y el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, que suscribieron el convenio.

Entre los grandes ejes de actuación del plan, figura, con una partida de 7.569.700 euros, el proyecto de creación de un gran espacio turístico monumental mediante la revitalización del entorno del Museo Picasso y la Fundación Casa Natal del pintor. El plan prevé para este mismo año el inicio de estas actuaciones, que en su primera fase consistirán en la adecuación y tematización de calles aledañas al Museo, con una inversión de 4.175.577 euros.

En segundo lugar, se encuentra la realización de un nuevo diseño urbano para las calles y plazas próximas a la Catedral con el propósito de unir el centro histórico de la ciudad, el Puerto y el futuro Palmeral de las Sorpresas. Para todo ello, la inversión prevista es de 6.520.330 euros.

Asimismo, se llevarán a cabo actuaciones para reactivar el espacio litoral con intervenciones singulares en las zonas de El Palo y Huelin, como la construcción de miradores en la playa, la prolongación de paseos marítimos a través de pasarelas, la revitalización de la Plaza del Mar o la regeneración del Espigón de la Térmica. Este conjunto de intervenciones tendrá un presupuesto de 6.500.000 euros. ●



## Acevin presenta en Madrid las novedades de "Rutas del vino en España"

**L**a Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) presentó en Madrid las novedades de su Club de Producto "Rutas del Vino de España" al que asistieron numerosos medios de comunicación, personalidades del mundo del vino, miembros de las diferentes rutas y representantes de Turespaña y del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, organismos que han prestado su apoyo y colaboración a este proyecto desde su inicio.

José Fernando Sánchez Bódalo, Presidente de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) presentó los nuevos proyectos de "Rutas del Vino de España", un producto turístico cuya principal línea de trabajo es la promoción de la cultura y el turismo del vino como herramienta complementaria para el desarrollo local, y que se ha convertido en el referente nacional de este reciente y llamativo modelo de turismo.

Sánchez Bódalo anunció así la incorporación de tres nuevas rutas del vino: Ruta del Vino de Lleida, Ruta del Vino del Bierzo (León) y Ruta del Vino del Campo de Borja (Zaragoza). Estas nuevas rutas se integran en el Club de Producto como destinos pilotos en la nueva fase del proyecto que marcará su inicio en Octubre. Con ello aumentan igualmente el número de socios de ACEVIN, que hace unos meses confirmó igualmente la incorporación de los Ayuntamientos de Villafranca de los Barros (Badajoz) y Yecla (Murcia), y el Gobierno Balear. ●

## El Parque Natural del Delta del Ebro, Premio EDEN

*\* El Premio EDEN (Destinos Europeos de Excelencia) ha sido concedido al Parque Natural del Delta del Ebro, en la provincia de Tarragona.*

**A** la tercera convocatoria de este Premio, que según el procedimiento acordado por la Comisión Europea, ha sido dedicado al "Turismo en zonas naturales protegidas", se han presentado diez destinos españoles.

La designación del Parque Natural del Delta del Ebro, a propuesta del Comité de Valoración, presidido por el director general del Instituto de Turismo de España (Turespaña), Antonio Bernabé, se ha debido a "la creación y desarrollo de un producto turístico, basado en la recuperación, conservación y puesta en valor de los recursos naturales de su territorio, respetando los principios de sostenibilidad medioambiental, económica y cultural".

La próxima convocatoria del **Premio EDEN** estará dedicada al "Turismo acuático", que incluirá tanto las aguas interiores como las marinas y sus recursos turísticos. ●



# La revista con toda la información necesaria para conocer el mundo empresarial



SECTOR EJECUTIVO

Paseo de Santa María de la Cabeza, 42 ■ 1° ■ 28045 MADRID (España) ■ Tel. +34 91 539 28 50 ■ Fax + 34 91 467 37 16

sector-ejecutivo.com ■ sectorejecutivo@telefonica.net



## “Meet Germany 2009”

**Workshop para los agentes de viajes en Sevilla, Madrid y Barcelona**

“**C**apital europea de la cultura - Ruhr.2010”, “Ciudades culturales de Alemania” es el principal tema de promoción de 2010 que se presentará en el ya tradicional Workshop del turismo alemán que se celebrará en Sevilla, Madrid y Barcelona,

Otros temas a destacar en 2010 son: “300. aniversario de la fábrica de porcelana de Meißen”, “41. representación de “La Pasión de Oberammergau”, “200 años de la fiesta de la cerveza en Munich”, “Exposición internacional de arquitectura (IBA)” en Sajonia-Anhalt y “ 175 años de los ferrocarriles alemanes”.

39 empresas del turismo receptivo alemán se presentan al sector de viajes y prensa de España. Los representantes de las diversas cadenas hoteleras, turoperadores, oficinas de turismo y empresas de transporte le ofrecerán soluciones profesionales para sus actividades comerciales en cualquier lugar de Alemania.

El Workshop “Meet Germany 2009” cuenta con la colaboración de Lufthansa, NH Hoteles, y Spanair.

El marco del evento y las fechas serán:

**26.10.09:**

Sevilla Hotel NH Central Convenciones

**27.10.09:**

Madrid Restaurante Pedro Larumbe

**29.10.09:**

Barcelona Hotel Catalonia Ramblas



## Un total de 37 millones de turistas internacionales llegaron a España entre enero y agosto

*\* Esta cifra representa un descenso del 9,9% con respecto al mismo periodo de 2008, en el que se alcanzaron cifras récord en la llegada de turistas*

**E**ntre enero y agosto de 2009 llegaron a España 36,9 millones de turistas, un 9,9% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando se igualaron las cifras récord en la llegada de turistas extranjeros (41,2 millones), según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR) que elabora el Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

En términos acumulados, el descenso respecto al año anterior continúa moderándose y ya se sitúa por debajo del 10%. En el primer semestre el número de turistas cayó un 11,4%, mientras que entre enero y julio el descenso fue del 10,3%.

En agosto de 2009, España recibió 6,7 millones de turistas internacionales, lo que supuso un descenso del 8,1% en relación a julio de 2008.

### Vías de acceso, alojamiento y forma de organización

Por vías de acceso el aeropuerto, con el 70,1% de las llegadas, registró una caída en agosto del 9,6%, mientras que la carretera descendió un 4,5%.

El alojamiento no hotelero presentó un incremento del 1,8% mientras que el hotelero cayó un 15,3%. Respecto al alojamiento no hotelero, destaca otro mes más el crecimiento experimentado por la vivienda alquilada (un 4,7% más que el mes de agosto de 2008).

Los turistas que no contrataron paquete turístico, el 68,6% del total, descendieron un 8,7%; los que utilizaron el paquete turístico se redujeron en un 6,6%. ●



## Acuerdo entre Globalia y LFP

**G**lobalia ha llegado a un acuerdo de colaboración con la Liga de Fútbol Profesional (LFP) que supone el acceso en condiciones ventajosas, para equipos de Primera y Segunda división, peñistas y seguidores, a todos los servicios de la compañías para felicidad al máximo los trayectos. Air Europa, Halcón Viajes, Globalia Autobuses, Travelplán e Iberail son algunas de las empresas del grupo que ayudarán a los jugadores y aficionados a desplazarse con mayor comodidad en España y el extranjero, con la ayuda, además de los dos Embraer 195 que se destinarán a tal efecto. Estarán pintados con el logotipo de la LFP y rediseñados por dentro para ofrecer el máximo confort.

El acto fue presidido por el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, y José Luis Astiazarán, presidente de la LFP. ●





## ¡MADRID! Turismo sin barreras

\* La publicación analiza la accesibilidad de los atractivos turísticos que hay en cada uno de los cuatro itinerarios

\* Tiene cinco apartados: red de transporte; servicios turísticos del Ayuntamiento de Madrid; hoteles, cultura, gastronomía y compras, y recorridos adaptados



## Madrid, capital del turismo gastronómico europeo

Madrid se convertirá entre el 24 y el 26 de abril de 2010 en la capital del turismo gastronómico europeo. Expertos de los veintisiete países miembros de la Unión Europea se reunirán en el I Congreso Europeo sobre Turismo y Gastronomía organizado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña) y la Real Academia de Gastronomía Española para abordar el fenómeno del turismo gastronómico desde las perspectivas de la oferta y la demanda, identificar problemas, aportar soluciones y detectar oportunidades.

La celebración de esta reunión en Madrid se enmarca dentro del Plan de Promoción Internacional del Turismo Eno-gastronómico que tiene como fin dinamizar el sector y situar a España como referente del turismo gastronómico mundial.



En 2008, casi seis millones de visitantes declararon que la gastronomía y los vinos españoles fueron una de las motivaciones principales de su viaje a España.

Madrid es uno de los principales referentes del turismo gastronómico gracias a sus casi 3.000 restaurantes —ocho de ellos con estrellas Michelin—, sus establecimientos centenarios o sus locales de tapas. Instalaciones que le han convertido en una de las ciudades gourmet del mundo, y con mercados tradicionales tan emblemáticos como el de San Miguel, recientemente restaurado, donde se pueden degustar alimentos frescos y de gran calidad.

**C**uatro rutas por el centro de la Ciudad de Madrid aptas para personas con discapacidad: Museo Reina Sofía-Puerta del Sol-Plaza de Colón; Palacio Real-Puerta del Sol; Plaza de España-Gran Vía-Preciados y Plaza Mayor-Huertas-Paseo del Prado. Son las propuestas de la tercera edición de la Guía de Turismo Accesible, un paso más del proyecto Turismo para Todos del Ayuntamiento de Madrid.

### La guía, paso a paso

La guía está dividida en cinco apartados: red de transporte; servicios turísticos del Ayuntamiento de Madrid; hoteles; cultura, gastronomía y compras, y recorridos

adaptados. Incluye también información sobre la accesibilidad de la red de transporte (metro, autobuses, taxi y trenes de largo recorrido) y de otros lugares de interés ubicados fuera de los itinerarios propuestos (13 museos y salas de exposiciones, 12 restaurantes, y 18 centros comerciales).

Otra de las propuestas de la guía es un CD con los hoteles accesibles de Madrid, es decir, aquellos que tienen al menos una habitación adaptada y cuyo acceso principal es practicable por una persona con discapacidad. Son 117 hoteles entre cinco y una estrellas, once más que en la edición anterior.

## Privilegespain, un proyecto para potenciar el turismo de alto poder adquisitivo y cambiar la imagen turística de España en los mercados de Reino Unido, Alemania, Francia e Italia

**E**l director general de Turespaña, Antonio Bernabé, presentó el pasado julio, el producto turístico "Privilegespain", con el que se pretende potenciar el turismo de alto poder adquisitivo y cambiar la imagen turística de España en los mercados tradicionales: Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. **Privilegespain** es un proyecto que nace en el marco de la política de renovación del mercado turístico español plasmada en el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, y se incardina en el programa España Experiencial del Plan Operativo 0812. Este programa tiene como objetivo desarrollar productos turísticos innovadores, basados en la singularidad e identidad de los destinos y las experiencias ofrecidas al turista.

Es un proyecto complejo liderado por Turespaña, que coordina la interrelación entre todos los niveles de la administración turística, destinos, oferta, operadores e intermediarios, siendo el principal valor el de ofrecer experiencias únicas, aprovechando la gran diversidad de recursos y de destinos turísticos de nuestro país con altísimo potencial para hacer frente a las nuevas exigencias del mercado y reposicionar a España en sus principales mercados, ofreciendo productos con un alto valor añadido dirigidos a clientes de elevado nivel de gasto y con hábitos de consumo turístico desestacionalizadores.



## Nuevo servicio de reservas On Line para viajeros y Agencias de Viaje

*\* Los clientes podrán hacer una pre-reserva, vigente durante las 72h siguientes, que deberán formalizar en su Agencia de Viajes*

**R**oyal Vacaciones ofrece un nuevo servicio de reservas on line a través de su página web [www.royalvacaciones.com](http://www.royalvacaciones.com).

El sistema lo pueden utilizar tanto las Agencias de Viaje como los clientes que visitan el portal.



Las Agencias, podrán efectuar la reserva directamente seleccionando el paquete que les interesa, directamente en la web; ya sea dentro del apartado "Programación y Destinos" como el de "Ofertas". La Agencia podrá escoger el día de salida, los vuelos y horarios (los disponibles para ese programa), el número de personas que viajan y las habitaciones mostrando en todo momento el cálculo de los precios.

Una vez confeccionado el presupuesto, podrán proceder a la reserva indicando su nombre de usuario y contraseña que tienen asignado por el Touroperador.

En el caso de ser un cliente interesado en alguno de los programas u ofertas que ofrece

**Royal Vacaciones** en su web; el sistema permite confeccionar un presupuesto y hacer una pre-reserva, que el cliente puede imprimir. Automáticamente se asigna un número de localizador a esta pre-reserva y quedará registrada en el sistema de reservas de **Royal**

**Vacaciones**, pendiente de formalizar, durante las 72h siguientes, y deberá acudir a su agencia de viajes más cercana y ella será quien la formalice y tramite definitivamente.



## Presentó su folleto América, Asia y Egipto

**J**ulia Tours presentó tres nuevos folletos para la temporada Mayo 2009-Abril 2010, con una amplia programación; países, lugares, selección de hoteles y tiempo de duración.

El folleto *América*, comprende una completa programación de fechas para visitar EE.UU. Canadá, México y Guatemala.

En cada país **Julia Tours** ofrece diferentes itinerarios y duración con posibilidad en algunos de efectuar extensiones, y mismas ofertas ofrece en su folleto, con una amplia gama de programación a Tailandia, Bali, Indonesia, Singapur, China e Indochina.

La magia y la belleza de Asia la encontrará el viajero en estos folletos donde podrá escoger destinos, tiempo y hoteles a su gusto y economía.

El folleto de *Egipto*, ofrece junto a una programación, una amplia selección de hoteles en el Cairo y barcos por el Nilo. Con una duración del programa de 8 a 12 días y ofreciendo además noches adicionales, excursiones y extensiones a Alejandría, Petra, Sharm El Sheik y Hurgala.



## El Catálogo de Invierno, ya disponible en su web

**Y**a se puede consultar en la web de **Royal Vacaciones** ([www.royalvacaciones.com](http://www.royalvacaciones.com)) la programación completa para la temporada de invierno. Aquellos que deseen planificar con tiempo sus vacaciones, encontrarán la mayor selección de viajes al Norte de África y Oriente Medio con la mejor relación calidad-precio que caracteriza a la marca.

Tanto las Agencias de Viaje como los viajes pueden descargarse el catálogo en formato .pdf, directamente desde la página principal de web.

Sus propuestas comprenden viajes a los siguientes países: Egipto, Siria y Jordania, Marruecos, Turquía y Libia. Con una detallada información práctica sobre los destinos, excursiones opcionales y descripción de los hoteles.





**Viva**



## “Miniprecios” para viajar a Patagonia

**V**iva Tours ha puesto en el mercado un programa especial para viajar a Patagonia en la temporada otoño-invierno 2009-2010.

El monográfico, incluido dentro de la campaña *Miniprecios*, cuenta con una completa selección de propuestas. Como denominador común, todos los circuitos ofrecen una excelente relación calidad-precio, adaptando este espectacular destino a cualquier presupuesto.

La oferta de **Viva Tours** permite descubrir Argentina desde sólo 997 euros (precio final) con estancia de nueve días en Buenos Aires. Para adentrarse en Patagonia, un circuito especialmente atractivo es el de Glaciares y Tierra de Fuego que incluye estancia en Buenos Aires, Ushuaia y Calafate desde 1.542 euros (precio final). Un itinerario de nueve días por los confines del mundo en los que el viajero disfrutará de espacios naturales como el Parque Nacional de Tierra de Fuego o el Parque Nacional de los Glaciares, cuyo atractivo principal es el glaciar Perito Moreno. ☺

## Promueve Costa Rica

*\* La programación en exclusiva con Iberia, única aerolínea española con vuelos de línea regular a Costa Rica, favorece el alto grado de especialización del touroperador en este destino*

**V**iva Tours ha firmado un acuerdo con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) para la promoción turística de Costa Rica. Como resultado de esta alianza, están desarrollando un plan de promoción conjunta para mostrar la variada oferta turística del país centroamericano e incentivar así el mercado emisor español. En 2008 un total de 54.029 españoles eligió Costa Rica como destino de vacaciones.

**Viva Tours** cuenta con dos monográficos anuales de Costa Rica y, como valor añadido, opera en exclusiva con Iberia. Se trata de la única compañía aérea española con vuelos de línea regular al país centroamericano y desde septiembre, la única con operativa a Costa Rica. ☺



**Nos Ajustamos a su Presupuesto**



Restaurante  
**Boñar de León**



**Ésta es su casa**

*Le ofrecemos calidad,  
buen servicio y amistad*

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



De izda a derecha Fernando García Rascón, Director General de Halcón Viajes; Juan José Hidalgo, Presidente Ejecutivo del Grupo.JPG



## Inicia el desarrollo su red de franquicias

*\* A través de este acuerdo, las 37 oficinas de la enseña valenciana se integrarán en la red de Viajes Halcón*

*\* Viajes Gheisa ha sido la pionera en España en el desarrollo de las franquicias de viajes, con más de 20 años de experiencia*

**V**iajes Halcón, la división minorista del grupo turístico Globalia, ha puesto en marcha un nuevo proyecto para expandir su red de puntos de venta a través de la fórmula de máster franquicia, un modelo de negocio pionero en el sector. La empresa valenciana Viajes Gheisa será quien inicie esta nueva andadura.

Tras 38 años operando exclusivamente a través de su red de agencias propias, **Viajes Halcón** amplía su actividad con un desarrollo de negocio a través de franquicias, terreno en el que Viajes Geisha –con más de 20 años de experiencia- ha sido pionera. Con esta fórmula **Viajes Halcón** busca incremen-

tar cuota de mercado y afianzar su posición de liderazgo en el sector.

Este proyecto contempla la incorporación de agencias de viajes ya existentes en el mercado que deseen integrarse dentro de un gran grupo turístico para incrementar su competitividad, esperando alcanzar 400 oficinas franquiciadas en un año.

A raíz del acuerdo firmado, las agencias de la red de Viajes Gheisa cambiarán su marca por la de **Viajes Halcón**. Es el primer paso dentro de un proyecto que inicia su actividad con 25 millones de euros de facturación y espera alcanzar una cifra superior a los 400 millones de euros en 10 años. ●

## ¡Buenas noticias! Globalia atraviesa el ecuador del verano con un resultado histórico

**E**l grupo turístico **Globalia** cerró el mes de julio, y con él los tres primeros trimestres del año, con un resultado histórico al aumentar en casi un 300% su beneficio de explotación respecto al mismo periodo del año pasado. Los datos resultan aún más llamativos teniendo en cuenta que en los últimos nueve meses la demanda en el sector ha descendido en torno a un 20 por ciento.

“Para mí es una satisfacción comprobar que hemos hecho bien los deberes y que vamos a salvar con excelente nota un curso que se presentaba extremadamente difícil”, ha declarado el presidente ejecutivo de **Globalia**, Juan José Hidalgo.

“Hicimos a tiempo las reformas necesarias para adaptarnos a una situación de crisis mundial, iniciamos una rigurosa reducción de costes y adaptamos la oferta de todas las empresas de **Globalia** a la nueva situación. El público nos ha dado su confianza y hoy podemos afirmar que no sólo saldremos adelante sino que lograremos un resultado histórico”.

Travelplan, la división mayorista del Grupo, espera cerrar el año con más de un millón de paquetes turísticos gestionados. La minorista Halcón Viajes y Viajes Ecuador, mantienen abiertas al público casi 1.500 oficinas en España y Portugal. Air Europa, por su parte, se ha apuntado un tanto al poner en servicio cinco nuevos aviones Embraer 195, al tiempo que sus nuevas rutas a Londres y Nueva York han sido rotundos éxitos. ●



## Asegura que la nueva cuota de 10 dólares por visitar EEUU es “una decisión endogámica y absurda”

**E**l presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE), José Manuel Maciñeiras, ha asegurado que la decisión aprobada por el Senado de EE.UU de imponer una cuota de diez dólares para los turistas que vengan de países exentos de visas estadounidenses es “una decisión endogámica de unos políticos autocomplacientes que se consideran por encima de las leyes naturales del mercado”.

Maciñeiras ha afirmado que se trata de un “absurdo método de promocionar el turismo y una decisión que, paradójicamente, puede suponer una disminución del turismo que recibe Estados Unidos, por ejemplo, del turismo emisor español”. ●



**Fitur** 2010  
AÑOS/YEARS  
Feria Internacional de Turismo

# 30 | años Comprometidos con el Turismo

**20-24** enero  
[www.fituronline.com](http://www.fituronline.com)



ORGANIZA



IFEMA  
**Feria de  
Madrid**

miembro de:



**UFI**  
Approved  
Event



Canal Oficial  
Televisión Internacional

*TU ENCUENTRO*

**LINEA IFEMA**

|                          |                                                   |
|--------------------------|---------------------------------------------------|
| LLAMADAS DESDE ESPAÑA    |                                                   |
| INFOIFEMA                | 902 22 15 15                                      |
| EXPOSITORES              | 902 22 16 16                                      |
| LLAMADAS INTERNACIONALES | (34) 91 722 30 00                                 |
| FAX                      | (34) 91 722 57 87                                 |
| IFEMA                    | Feria de Madrid<br>28042 Madrid<br>España / Spain |

[fitur@ifema.es](mailto:fitur@ifema.es)



## **Feria Internacional de Turismo Cultural en Málaga**



# **El Turismo Cultural escapa a la crisis**

**L**a Feria Internacional de Turismo Cultural de Málaga ha añadido este año una novedad particular con la incorporación del segmento de *City Break* en su afán por adaptarse a las últimas tendencias del mercado. La cultura se ha convertido en una fortaleza para el turismo. Los viajeros que programaron sus vacaciones o desplazamientos cortos motivados por la oferta de patrimonio o museos, generaron un gasto de 6.000 millones de euros en 2008, un 4% más que en 2007, atrajo a 7,5 millones de turistas extranjeros y, para este ejercicio, se prevé mantener la facturación, a pesar del fuerte impacto de la recesión en el sector, según afirmó el subdirector general de Planificación







y Coordinación de Turespaña, Álvaro Blanco.

La mayoría de los asistentes a la Feria han coincidido en que ésta ha dado un salto cualitativo, pese a haber reducido notablemente el número de expositores, cuarenta ciudades, ocho Comunidades Autónomas, seis países –Alemania, Egipto, México, Portugal, República Dominicana y Túnez– y los productos turísticos de 93 empresas. La mayor actividad como punto fuerte para los visitantes profesionales se ha concentrado en las jornadas de turismo cultural, urbano y *city break*, con referencia al viaje de dos a cuatro días de duración, generalmente, en fin de semana. El ponente y director de la jornada sobre Marketing Experiencial, José Cantero, profesor de Marketing de I-Art, señaló las diez claves para conectar con los clientes que adquieren un producto no sólo por el coste-beneficio sino por la vivencia que obtiene durante y después de su consumo. Sobre la industria de los musicales intervino Julia Gómez Cora, directora general de Stage Entertainment, líder del entretenimiento en Europa, cuyos musicales han presenciado más de nueve millones de espectadores en más de 30 ciudades españolas, con un porcentaje emocional y de satisfacción muy alto. En la mesa redonda sobre nuevas tendencias en el sector hotelero urbano intervinieron Antonio Catalán, presidente de AC Hoteles, Mauricio Carballada, marketing strategy de Sol Meliá y Joan Gaspart, presidente de Husa Hoteles.

En una de las mesas redondas sobre comercialización de productos *City Break* participaron Juan Carlos Iglesias, director de ventas de Vueling, Víctor Bañares, director de Alta Velocidad de Renfe e Ignacio Martos, consejero delegado de Opodo, agencia *online* líder en el mercado europeo, y en otra, Mercedes Rodríguez Larrauri, directora general de Bilbao Turismo, José

Salinas, director general de Turismo de Valencia, Pere Durán, director del Consorcio Turismo de Barcelona y Arturo Bernal, director del Área Turismo del ayuntamiento de Málaga. La gran afluencia de público asistente a las jornadas y mesas redondas, ha sido el contrapunto al menor número de visitantes de la Feria, en particular, durante los dos días dedicados a los visitantes profesionales, aunque compensada con la mayor afluencia

durante el fin de semana. Otras actividades interesantes y con gran éxito, fueron el *workshop* de turismo idiomático, el *workshop* de empleo y formación turística de Andalucía y otros atractivos lúdicos como concursos, sorteos de viajes, talleres de danza, cata de vinos y degustaciones gastronómicas. ☺

**José Antonio  
Fernández Cuesta**



**renfe**

**Ha vendido en el primer semestre de 2009 más de 7.000 pases InterRail un incremento del 8 por ciento más**

*\* La Comunidad de Madrid, con un 36% del total, ocupa el primer lugar en número de ventas de estos pases en España*

**R**enfe ha vendido un total de 7.097 pases *InterRail* entre enero y junio de este año, lo que representa un incremento del 8% respecto a los 6.568 pases que la Operadora vendió en España en el mismo periodo del año precedente. De este total, las Comunidades Autónomas en las que se han vendido mayor número de pases han sido la de Madrid, 2.558 pases vendidos, un dato que significa un incremento del 14,3% respecto a 2008 y representa el 36,4% del total, Cataluña, 976 pases, el 14% del total, País Vasco, 634 pases, el 8,6% del mercado ó Andalucía, 395 pases, el 6,5%.

Por lo que respecta a las modalidades, los jóvenes menores de 26 años fueron el grupo más numeroso de clientes ya que adquirieron el 87,9% (5.347) del total de los pases vendidos lo que en la práctica demuestra que *InterRail* es una referencia entre los jóvenes que planifican escapadas de turismo por Europa, en especial los meses de verano en los que se concentra la mayor parte de las ventas y los desplazamientos. Respecto a los tipos de pases, se han vendido 4.587 de la modalidad *Global Pass* y 1.490 *Pases País*. ●

## Vuelve a circular el Tren Medieval a Sigüenza

**E**l **Tren medieval** entre Madrid y Sigüenza se ha puesto en marcha nuevamente desde el pasado 12 de septiembre. Arrancando así una nueva edición de un producto que en las anteriores temporadas ha tenido una gran acogida y que reúne una atractiva combinación de turismo, teatro, historia y gastronomía en un entorno excepcional.

El **Tren Medieval** circula todos los sábados hasta noviembre, salvo el 10 de octubre y el 7 de noviembre. Tiene su salida en la Estación de Chamartín a las 10:00 horas y llega a Sigüenza a las 11:25 horas. A bordo del tren la compañía teatral Tarambana ameniza el viaje con representaciones de teatro y música ambientadas en la época medieval y se ofrecen degustaciones de dulces.

En la visita guiada por la localidad, incluye entre otros focos de interés turístico y cultural la Universidad, la Catedral,



la Plaza Mayor o el Castillo. Los viajeros del **Tren Medieval** podrán beneficiarse además de descuentos en determinados restaurantes al presentar su billete. El tren parte de vuelta a las 18:10 horas con llegada a Madrid a las 19:32 horas.

**Renfe** ha programado diez salidas para este **Tren Medieval**: los sábados 12, 19 y 26 de septiembre; los días 3, 17, 24 y 31 de octubre y 14, 21 y 28 de noviembre. ●

## Campaña "Muévete en tren" con miles de plazas hasta a mitad de precio en trenes Ave y de Larga Distancia

*\* La propuesta, 100 Escapadas, tendrán validez hasta el 15 de diciembre de este año y incluye viajes de ida y vuelta + noche de hotel a 100 destinos, a un precio entre los 57 y 99 Euros.*

**R**enfe lanza esta propuesta cuyo objetivo es incentivar a todos a utilizar los servicios de AVE y Larga Distancia. La campaña **100 Escapadas**, incluye viaje de ida y vuelta + noche de hotel, y finalizará el 15 de diciembre de este año.

El conjunto de las propuestas que se realizan cuenta con una serie de características comunes: 1) las plazas serán limitadas para todos los trayectos que realicen los trenes de alta velocidad y larga distancia; 2) los viajes serán de ida y vuelta cerrada; 3) serán válidas para todos los trenes; 4) los billetes se podrán adquirir hasta 72 horas

antes de la salida del tren, y 5) No se admitirán cambios ni devoluciones.

**Muévete en Familia.** Por cada adulto un niño gratis, hasta los 13 años. Esta propuesta está destinada a los grupos familiares en los que los adultos se desplazan con niños.

**Muévete en Grupo.** Es para viajes de ida y vuelta en turista para trayectos de más de 250 km, estarán compuestos por entre 4 y 9 personas que contarán con una reducción mínima del 25% que se irá incrementando según los integrantes del grupo, hasta el 50%.

**Muévete Joven.** Para jóvenes que tengan más de 14 años y presente un Carnet Joven expedido por cualquier Administración Pública de España con descuentos del 50% en el precio de un billete de ida y vuelta para todas las clases del tren. Se puede comprar en agencias de viajes e internet.

**100 Escapadas a un precio máximo de 99€.** Renfe para fomentar el uso del tren y en colaboración con varios touropereadores y cadenas hoteleras, presenta una oferta de "paquetes" de viaje enfocados al turismo y al ocio que incluye el viaje de ida y vuelta en clase turista a 100 de los principales destinos turísticos de la península más una noche de hotel, a un precio final que oscila entre 57 y 99 Euros. Estos paquetes sólo se podrán adquirir en agencias de viaje. ●





## TERESA DÍAZ-CANEJA

### PLANELL

Nueva directora gerente de la Fundación Aena

► **Teresa Díaz-Caneja Planell**, es licenciada en filología hispánica por la Uned y licenciada en Ciencias de la Educación por la Universidad Católica de Quito.

Tras varios años en el Ministerio de Comercio y Turismo, fue destinada como experta nacional en la Comisión Europea en Bruselas. En 2001 fue nombrada directora de comercialización del Palacio de Congresos de Madrid y desde 2006 ocupaba el cargo de directora general en España de un grupo de empresas audiovisuales. ☺

## ANDRÉS TORRECILLA

Nuevo director de Operaciones de Navegación Aérea de Aena



► **Andrés Torrecilla** ha desarrollado su labor vinculado al ámbito operativo de navegación aérea durante casi 30 años. Ha desempeñado funciones de controlador aéreo en la Torre y

Centro de Control de Tránsito Aéreo de Palma de Mallorca así como de supervisor-instructor de otros controladores aéreos.

**Torrecilla** se incorpora a la Dirección de Operaciones ATM tras ocupar distintos puestos de gestión en la Región Balear, entre ellos, el de Jefe de División de los Servicios de Tránsito Aéreo y la propia Dirección Regional de Navegación Aérea en Baleares.

Como director llevó a cabo la ejecución del Plan Balear, un proyecto de modernización de las infraestructuras de navegación aérea en Baleares. ☺

## Nombramientos en IBERIA

### MANUEL LÓPEZ AGUILAR

Nuevo director general Comercial y de Clientes

► Ingeniero aeronáutico, es desde 2004 el director general de Mantenimiento e Ingeniería. En esta etapa destaca el fuerte impulso comercial dado a este negocio, que ha hecho que Iberia Mantenimiento pase a ocupar la posición 12 en el ranking mundial de empresas de Mantenimiento (la 9 si se excluyen los fabricantes) cuando en 2004 era la 26.

Previamente desarrolló diversos cargos, siempre dentro de división de Mantenimiento e Ingeniería: director y subdirector de Mantenimiento (1995 y 1997-99), subdirector Comercial y Gestión (1994-1997); director de Producción (1999-2004). También ha ocupado diversos puestos representativos en la Industria Aeronáutica, como miembro directivo de Atecma o directivo de Asociación Europea empresas de Mantenimiento de aviones.

Es miembro del Consejo de Administración de varias compañías participadas por Iberia (Vicepresidente de Ibeca y de Madrid Aerospace SL). ☺



### JUAN BUJÍA

Nuevo director general de Producción

► Ingeniero aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid, actualmente es el responsable de la dirección Gestión de la Producción, desde la que se integran y optimizan los procesos de gestión de tripulaciones de vuelo.

Ha desarrollado su carrera profesional en Iberia entre 1970 y 1991, y desde 1996 hasta ahora. En la primera época desempeñó diversos cargos técnicos y directivos, destacando haber sido miembro del grupo de trabajo que contribuyó al desarrollo del Sistema de Mantenimiento del Concorde, Jefe de Ingeniería de Motores y Subdirector de Revisión de Aviones.

Durante el período de 1991 a 1996, fue director general de Aviación Civil en España. Durante su mandato, se pone en marcha el ente público AENA con el objetivo entre otros de diferenciar entre la parte reguladora y la parte operativa de la infraestructura del transporte aéreo, se culmina la adhesión de España a Eurocontrol y se materializa la liberalización del transporte aéreo español. ☺



### JOSÉ LUIS RUIZ DE CASTAÑEDA

Nuevo director general de Mantenimiento e Ingeniería

► Es ingeniero aeronáutico superior por la Universidad Politécnica de Madrid y MBA en Mecanismos de Aumento de Resistencia en Sólidos por la Universidad de Hartford hasta su nombramiento era director de Mantenimiento Industrial de la compañía.

Inició su carrera profesional en la compañía Pratt and Whitney Aircraft en 1980. Ingresó en Iberia en 1981 y durante once años desempeñó diversos cargos de estructura en la compañía. En 1993 fue nombrado gerente de Mantenimiento de Aerolíneas Argentinas, donde permaneció en diferentes puestos hasta 1999, fecha en la que fue nombrado subdirector de Calidad de la Dirección de Material de Iberia. Entre los años 2003 y 2004 fue vice chairman del Comité Técnico Operativo de la AEA y actualmente es representante del COIAE en el Comité de Expertos en Seguridad Aérea de la DGAC. ☺



### JOSÉ MARÍA FARIZA

Nuevo director de Compras y servicios

► Es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, es desde 1996 director de Control y Administración del Grupo Iberia, integrante del Comité Ejecutivo de la compañía y con responsabilidad sobre el conjunto de funciones de control económico y procesos de administración del grupo.

Ha sido miembro de varios Consejos de Administración, perteneciendo en la actualidad, entre otros, a los de Vueling, SIV (servicios de instrucción de vuelo) y ELCA. ☺



**NATIVIDAD BUCETA**  
Nueva directora General  
de la Asociación de  
Marketing de España



► **Buceta** ha sido nombrado como directora general de dicha Asociación. **Natividad Buceta Albillos** ha

desarrollado su trayectoria profesional en puestos de responsabilidad técnica, comercial y de marketing, principalmente, en el Grupo Siemens, donde ha desempeñado el cargo de directora de Marketing Estratégico y Relaciones Institucionales.

Es coordinadora del Foro de Marketing Industrial, ha impartido diversos cursos y masters en relación con el mundo del marketing y ha dirigido diversos proyectos Fin de Carrera y Tesinas. Se incorporó a la Asociación

de Marketing de España en 1999 y desde entonces ha formado parte de su Comité Directivo. ●

**CARLOS SABATÉ**  
Nuevo director Comercial  
y Marketing de Dolce  
Sitges

► Previo a su incorporación al hotel, **Carlos Sabaté** ocupó el cargo de director de la división Corporate del CCIB (Centro de Convenciones Internacional de Barcelona), como responsable de la planificación de marketing y ventas durante cuatro años. **Carlos Sabaté**, fue director comercial del hotel Eurostars Grand Marina 5\* G. L. de



Barcelona y, director comercial de Hoteles Auditórium de Madrid. Su carrera turística se inició en Viajes el Corte

Inglés, en Catalunya en diferentes oficinas y, en su etapa final, desde la CSE de Barcelona. ●

**ELENA DE LA TORRE**  
Nueva directora Comercial  
& Marketing de  
Rafaelhoteles

► **De la Torre** es licenciada en Marketing Internacional, Master en Publicidad y Medios



por ESIC y PDG (Dirección General) por el IESE Business School. Hasta su incorporación a Rafaelhoteles desempeñaba el cargo de directora general de MKBRAND, agencia de marketing y comunicación que fundó hace cinco años. Previamente ha ejercido funciones directivas en las áreas de marketing y ventas en compañías hoteleras como Sol Meliá y

Trip Hoteles, así como en agencias de publicidad y marketing como Over MCW y J.Walter Thompson. ●

**DIDIER LEGAULT FRASLIN**  
Nuevo director para  
España de Czech Airlines

► **Didier Legault Frasin** tiene una amplia experiencia de 20 años en el sector del transporte aéreo en diversos lugares del mundo y en varias compañías aéreas. Buen conocedor de la alianza SkyTeam y de Czech Airlines, tiene también competencias en los nuevos modelos económicos como son los de los "low fare carriers".

Llega a España con la misión de adaptar las entidades locales de Czech Airlines a las nuevas pautas del mercado.

Casado con una española y con 2 hijos, **Didier Legault Frasin** estuvo ya viviendo en Madrid en el pasado, donde hizo parte de sus estudios. ●

**Nombramientos en RENFE**

**ENRIQUE URKIJÓ**  
Director general de Desarrollo  
Estratégico de Renfe Operadora

► **Enrique Urkijo** procede de Ferrocarriles de la Junta de Andalucía, donde trabajó como Gerente en la Delegación de Málaga y Director del Proyecto Metro Málaga, Nacido 1951, es licenciado en Derecho y especialista en marketing estratégico y en administración y dirección de empresas. En 1980 se incorporó como Secretario General en Eusko Trenbideak-Ferrocarriles Vascos, donde desempeño los cargos de Director Comercial, Director de Patrimonio y Director de Comunicación y Marketing, sucesivamente. En 1996 fue nombrado Director Gerente Adjunto de Metro Bilbao, donde permaneció hasta su incorporación a Ferrocarriles de la Junta de Andalucía, a finales de 2004. ●



**FRANCISCO CELSO GONZÁLEZ**  
Director general Económico-  
Financiero de Renfe

► **Francisco Celso González**, es licenciado en derecho y pertenece al Cuerpo Superior de Inspectores de Hacienda del Estado, al Cuerpo



Superior de Interventores y Auditores del Estado, al Cuerpo Técnico de Hacienda y al de Auditoría y Contabilidad. También es profesor de la Escuela de Hacienda Pública. Desde abril de 2008 ocupaba el cargo de director general de Servicios del Ministerio de Fomento, tras ocupar el puesto de director de Gabinete del Ministerio de Fomento, entre 2005 y 2008. ●

**AVELINO CASTRO**  
Director general de Fabricación y  
Mantenimiento

► **Avelino Castro** es Ingeniero Técnico Industrial y desde 2006 era el Director de Cercanías Urbanas e Interurbanas de Renfe, con responsabilidad directa sobre los núcleos de Cercanías de Renfe en Bilbao, San Sebastián, Valencia, Murcia, Asturias, Cantabria, Sevilla, Málaga, Cádiz y Zaragoza, adscritos a la Dirección General de Servicios de Cercanías y Media Distancia. **Castro** se incorporó en 1981 a Renfe, donde ha desempeñado los cargos de director de Operaciones de la Dirección Ejecutiva de Servicios de Cercanías, director de Explotación y de Operaciones de Grandes Líneas, y director de Logística de Trenes, entre otros. ●







## Nuevas instalaciones y consigue la cuarta estrella

\* *El establecimiento celebra su 45 Aniversario con una renovación global y la obtención de la cuarta estrella*

\* *La presentación se acompañó con un "Cóctel Cantado" de la Compañía Lírica de El Café de la Ópera que cada noche ofrece su espectáculo Una Cena Cantada® en vivo en el restaurante del hotel*



Uno de los nuevos elementos que más llamaron la atención de los profesionales fueron las terrazas privadas de sus habitaciones de la planta octava que cuentan con jacuzzi y unas espectaculares vistas al Palacio Real.

Carmen Carús, su directora e hija del fundador Ramón Carús destacó. "Es un gran honor representar a mi familia en este 45 aniversario que celebramos con una reforma total y la gran noticia de la obtención de la cuarta estrella.



Durante la presentación también se dieron a conocer las diferentes novedades para la temporada, como la Carta de El Café de la Ópera de cocina mediterránea.

También se han introducido novedades en el espectáculo musical lírico *Una Cena Cantada®* que cada noche se ofrece en El Café de la Ópera desde hace doce años. Un total de cuatro Camareros Cantantes, dos mujeres y dos hombres, acompañados de un pianista, deleitan a los clientes con las mejores piezas de ópera y zarzuela de todos los tiempos, además de canciones de musicales. ☺



## Best Western Hotel Plaza Santa Ponsa se integra en la Primera Cadena Hotelera Mundial

Best Western España y Portugal, ha incorporado un nuevo establecimiento en Mallorca. Se trata de un hotel vacacional de playa, con tres estrellas, 55 habitaciones y todo tipo de servicios.

La gestión del **Best Western Hotel Plaza Santa Ponsa**, al igual que en los más de 4.000 hoteles que integran la cadena, permanece en manos del mismo propietario, Daniel Aldegue Palou.

El nuevo **Best Western** en Mallorca cuenta con 55 habitaciones totalmente equipadas y todo tipo de servicios, como restaurante, cafetería y sala de estar, así como piscina con terraza. En el recinto del establecimiento también se encuentran el bar "Cubanito" y la pizzería "Diablito". ☺



## El Parador de Santiago de Compostela, gana el título de Hotel con Mayor Seguridad e Higiene Alimentaria del Mundo



El Parador de Turismo "Hostal de los Reyes Católicos" de Santiago de Compostela, ha sido galardonado con el premio "Cristal 2008" por la consultora internacional, "Check Safety First". Este premio que se concede anualmente a nivel mundial, reconoce al Parador de Santiago como el Hotel con mayor seguridad e higiene alimentaria a nivel mundial. El Hostal de los Reyes Católicos ha obtenido la puntuación más alta entre más entre los 350 establecimientos hoteleros analizados en toda España y los 1.500 que fueron auditados fuera de nuestras fronteras.

El Hostal, que nació como Hospital Real en 1.499 para albergar a los numerosos caminantes que se dirigían a Santiago, continúa hoy invitando al viajero a disfrutar de una ciudad tan universal como fascinante.

Considerado el hotel más antiguo del mundo, es también uno de los más lujosos y bellos. Posee cuatro claustros de inmensa belleza, elegantes estancias, espectaculares habitaciones y un lujoso comedor que ofrece pescados y carnes cocinados a la gallega, además de las clásicas filloas de manzana y crema caramelizadas. ☺

## Breves

### HOTASA HOTELES Incorpora nuevas funcionalidades en su web

**Hotasa Hoteles** acaba de incorporar a su portal un práctico motor de reservas que permite a sus clientes contratar traslados privados o en shuttle para poder desplazarse a cualquiera de los hoteles de la cadena desde el aeropuerto o el puerto de cada una de las ciudades en las que se ubican. Además, la web de **Hotasa** ofrece ahora un 10% de descuento sobre todas las ofertas publicadas en el portal a los miembros del **Club Vip**. El portal también ofrece un apartado específico que permite a sus usuarios hacerse miembros del **Club Vip** de **Hotasa** con sólo rellenar un sencillo cuestionario, para poder acceder a múltiples ventajas.

### Un innovador concepto hotelero en Helsinki

**Hotel Room** es la ambiciosa propuesta de los cuatro fundadores de este innovador concepto hotelero, un hotel compuesto por una única habitación en diferentes ciudades de todo mundo. La primera habitación ha abierto sus puertas en el bohemio distrito de Kallio, en Helsinki.

Una única suite de 30m<sup>2</sup>, decorada con un maravilloso estilo vintage y una cocina completamente equipada. Si se busca una experiencia de viaje diferente, llena de libertad e intimidad a precios muy competitivos. **Hotel Room** ofrece lo mejor de un hotel con lo mejor de un hogar.

### HOTELES ELBA El placer del agua, el paraíso de la salud

\* Tratamientos a la andaluza en el Hotel Elba Costa Ballena.



El uso del agua salada para beneficios médicos, se remonta a la época de los romanos y egipcios. Civilizaciones con gran sabiduría en la belleza y la salud, y por supuesto con conocimiento de los placeres terrenales más agradables.

Miles de años después, **Hoteles Elba** recupera este conocimiento milenario y pone a disposición de sus clientes los tratamientos más novedosos y relajantes que todo aquel que desee retiro y sosiego pueda imaginar. El Centro Thalasso Spa del **Hotel Elba Costa Ballena** en Cádiz, uno de los más importantes de España, aprovecha las múltiples y beneficiosas propiedades del agua salada para diseñar unos tratamientos específicos que se erigen como el sùmmum de la relajación y comodidad.

### SOL MELIÁ El Meliá Bilbao, nuevo puntal de la hotelería de la capital vizcaína

Sol Meliá ha firmado un contrato con la propiedad del actual Hotel Sheraton Bilbao, pasa a gestionar el Hotel bajo su marca "Meliá". El Hotel tiene 211 habitaciones, Spa, y una oferta de Salas para Reuniones.



## Inicia su expansión en Marruecos

\* La cadena hotelera del Grupo Globalia gestionará el Hotel Oasis Agadir

**Oasis Hotel & Resorts**, la cadena hotelera del Grupo Globalia, ha firmado un acuerdo con el fondo de inversiones turísticas Actif Invest a través del cual la compañía española gestionará un nuevo hotel, situado en Añadir (Marruecos), a partir de 2011. Se trata de un acuerdo que supone el comienzo de la expansión de **Oasis** en el reino alauí.

El **Hotel Oasis Agadir** se encuentra actualmente en proceso de construcción y tendrá cuatro estrellas. Está situado a unos 400 metros de la playa. Dispone de 14.571 m<sup>2</sup> de suelo y 19.400 de superficie abierta, 252 habitaciones, 3 restaurantes, piscina, spa y una sala especialmente diseñada para la organización de seminarios.

Actif Invest es la sociedad de gestión de fondos de inversiones inmobiliarias y turísticas más grande de Marruecos. **Oasis Hotel & Resorts** cuenta con 36 establecimientos abiertos al público y más de 11.000 habitaciones en España y el Caribe.

## Con más de 200 millones de euros, España lidera el volumen de transacciones hoteleras en Europa durante el primer semestre de 2009

Según datos de Jones Lang LaSalle Hotels, firma de servicios de inversión hoteleros, durante el segundo trimestre de 2009 se ha reducido la brecha respecto al volumen de inversión alcanzado en el mismo periodo de 2008. Entre enero y marzo de 2009 el volumen de inversión hotelera cayó un 80%, mientras que esta diferencia se ha reducido hasta el 49% durante el segundo trimestre del año.

España ha sido el mercado más activo durante el primer semestre de 2009 con 19 operaciones que suman algo más de 200 millones de euros de inversión. El tipo de transacciones fueron principalmente las cerradas en el mercado vacacional. El Reino Unido, que es históricamente el mercado con el mayor

volumen de inversión hotelera, ocupó el segundo lugar con 5 operaciones y un volumen de inversión cercano a los 180 millones de euros.

Europa, cerró el primer semestre de 2009 con una inversión hotelera total de 1.392 millones de euros, de los que España representa el 15%.

Analizando la fuente de inversión, en EMEA (Europa, Oriente Medio y África) el capital doméstico sigue siendo el dominante con un 44% del volumen invertido en activos hoteleros durante el segundo trimestre de 2009. Si se toma como referencia el número de habitaciones vendidas, en España, el 89% de las transacciones se realizaron entre comprador y vendedor españoles.



Alcanzó una media del 77,84% de ocupación

## Mejora este verano los datos de ocupación, restauración e ingresos respecto a 2008

\* La cadena vendió 275.704 habitaciones, 15.000 más que en 2008

\* Los clientes extranjeros crecieron en un 2,55% y los nacionales en un 11,40%

Ha sido un buen verano para los 93 Paradores de Turismo de España. La cadena pública hotelera ha mejorado, durante los meses de julio y agosto, los resultados que obtuvo el pasado año en ocupación, restauración, ingresos y cuota de mercado.

En total, **Paradores** vendió entre julio y agosto un total de 275.704 habitaciones, 15.461 más que en el mismo periodo de 2008. Estas cifras suponen una ocupación total del 77,84%, dos puntos más que el pasado año. Concretamente en el mes de julio la ocupación fue del 72,10 % (un 0,35% más que en 2008) y en agosto ascendió hasta el 83,59% (un 3,47% más que el pasado año).

En total fueron 296.204 clientes los que se alojaron entre julio y agosto en los 93 Paradores que tiene la Red. Eso supone 24.306 clientes más que el pasado año.

Estos datos, junto a los buenos resultados obtenidos en el área de restauración, han permitido a **Paradores** obtener unos ingresos de explotación de 58.627.204 euros, mejorando en medio punto los ingresos del pasado año.





## Nace la cadena AXOR Hoteles

**A**xor Hoteles abrió sus dos primeros establecimientos de cuatro y tres estrellas en los que se han invertido 72 millones de euros. Los dos edificios contiguos están situados junto al Aeropuerto de Barajas, muy cerca de Ifema y el Palacio de Congresos de Madrid, y constituyen una opción perfecta para ejecutivos, conexiones de vuelos o empresas que necesitan espacios versátiles para celebrar reuniones de trabajo y congresos.

El **Hotel Axor Barajas\*\*\*\*** cuenta con 217 habitaciones caracterizadas por su amplitud, diseño, equipamiento y funcionalidad, que están distribuidas en tres categorías: estándar, ejecutiva con zona de trabajo y PC, y familiar, con capacidad para alojar hasta 4 personas. También dispone de habitaciones específicas para personas

con movilidad reducida, para mascotas, de uso diurno o para fumadores.

Ofrece el restaurante de cocina creativa **Mirage** con servicio a la carta, zona wellness equipada con sauna, jacuzzi y gimnasio, y salones para celebrar eventos de hasta 250 personas. El **Hotel Axor FERIA\*\*\***, que destaca por su comodidad y personalidad, ofrece 285 habitaciones estándar y una excelente relación calidad-precio, con servicios "premium" a precio de tres estrellas.

Dispone de salas de ocio temáticas y equipamiento de última generación para la celebración de eventos, tanto privados como de empresa, de hasta 500 personas, además de un espacio self-service ubicado en el lobby, con una amplia carta de refrescos, cafés y aperitivos. ●

## Breves



### SUN INTERNATIONAL

#### El hotel The Royal Livingstone, cada vez más cerca

Mediante el acuerdo comercial suscrito entre **Sun International** y la reserva privada MalaMala, el visitante podrá beneficiarse de varios tipos de paquetes\* y vivir la auténtica experiencia africana con estancias de hasta 6 días entre Sudáfrica, el Parque Nacional de Kruger y Zambia. Además, con la nueva ruta de Airlink, **The Royal Livingstone**, está aún más cerca del viajero. Sus 17 "lodges" coloniales situados en la ribera del río Zambezi, a pocos metros de las Cataratas Victoria evocan los grandes viajes de principios del siglo XIX. Uno de los últimos servicios que ha incorporado es el traslado de los clientes en lancha desde el embarcadero cerca del aeropuerto en el "Water Taxi". ●

### TRAVELODGE

#### Continúa su expansión en España e invierte 61.000.000€ en la firma de tres nuevos hoteles en España

La cadena británica de hoteles de bajo coste **Travelodge** continúa con su programa de expansión y lo hace en España con una inversión de 61 millones de euros en la firma de tres nuevos hoteles ubicados en Barcelona, Sevilla y Valencia.

En Barcelona, el nuevo hotel **Travelodge** se ubicará en la antigua Villa Olímpica, mientras que el hotel de Sevilla estará localizado en El Prado de San Sebastián, muy cerca de los Jardines de Murillo. Por su parte, hotel de Valencia se encontrará bien conectado con el centro y cercano al Aeropuerto. Los tres hoteles serán construidos en base a una alianza estratégica (joint venture) con Citygrove, promotora inmobiliaria especializada en el sector de "retail", que ya ha realizado un buen número de hoteles en Reino Unido. ●

### ACCOR HOSPITALITY ESPAÑA

#### Incorpora dos nuevos hoteles en franquicia

Tras la reciente incorporación de **Ibis Madrid Alcalá la Garena** e **Ibis Madrid Arganda**, **Accor Hospitalito España** sigue apostando por el desarrollo de hoteles en franquicia

y anuncia la incorporación de dos nuevos hoteles a su red bajo esta fórmula: **ibis y Etap Girona**. **Ibis Girona**, cuenta con 115 habitaciones modernas y confortables. Justo al lado, se ubica **Etap Girona** que cuenta con 92 habitaciones confortables y espaciosas, cuarto de baño y televisión. ●



## X Aniversario de la "cama celestial" de Westin Hotels

**C**on motivo de la celebración del X aniversario de la "Heavenly Bed" o "cama celestial", tuvo lugar en el hotel Palace de Madrid, una edición especial de su dominical Ópera&Brunch, una exquisita combinación de buffet salado y dulce, aderezado con las piezas más relevantes de la ópera universal interpretadas en directo, bajo el marco incomparable de la conocida cúpula del hotel. La marca **Westin** dio un vuelco a la industria hotelera y organizó una auténtica revolución cuando en 1999 realizó el lanzamiento de la "Heavenly Bed", que pronto se convirtió en un icono e inspiró innumerables imitadores. El modelo de cama, tan cómoda, mullida y blanca en la que se disfruta de un sueño reparador, se lanzó con una campaña publicitaria en Estados Unidos, llevándola a famosas instituciones como la Bolsa de Nueva York, la Estación Central y el Space Needle en Seattle. Durante esta última década, más de 75 millones de clientes se han sumergido en una de estas camas, en cualquiera de los hoteles de la cadena.

Desde Pekín a Boston, cada uno de los 169 hoteles Westin en el mundo junto con sus más de 29.000 empleados, han participado en esta celebración con diferentes eventos, promociones y regalos. La marca también ha tenido un reconocimiento especial para las camareras de pisos que han mantenido estas lujosas camas multi-capa perfectas a lo largo de estos años, haciendo un total de 2,6 millones de camas. La idea surgió hace diez años a través de una encuesta realizada entre clientes y viajeros frecuentes, quienes transmitieron su opinión sobre la importancia del servicio de hotel de ofrecer en sus camas un descanso reparador. **Westin** gastó entonces más de 30 millones de dólares en crear la perfección en el dormir e introducir 52.000 nuevas camas en las 39.500 habitaciones de hotel. Actualmente, existen ya 97.000 camas en más de las 65.000 que la cadena **Westin** tiene en todo el mundo. ● **J.A.F.C.**



## Breves

### HOTUSA HOTELS

**Se convierte en el tercer consorcio hotelero del mundo, según "Hotels Magazine"**

\* En el primer semestre de 2009, *Hotusa Hotels* ha incorporado 266 hoteles asociados, un 21% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior

*Hotusa Hotels* se coloca en la tercera posición en el prestigioso ranking de las 25 principales compañías del mundo dedicadas a los servicios de marketing y reservas para hoteles, que elabora la revista estadounidense "Hotels Magazine" ([www.hotelsmag.com/article/CA6665792.html](http://www.hotelsmag.com/article/CA6665792.html)) y que está basado en datos de 2008. En ese ejercicio, la cadena de hoteles independientes perteneciente al Grupo *Hotusa* incrementó en un 8,4% el número de hoteles asociados (2.150) y habitaciones (192.455, lo que le permite ascender una posición en la clasificación. Ese notable crecimiento se ha consolidado en el primer semestre de 2009 en el que *Hotusa Hotels* ha incorporado 266 nuevos hoteles asociados, un 21% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

### SOL MELIÁ

**Firma un contrato de venta y alquiler con BBVA Renting sobre el Meliá Madrid Princesa**

*Sol Meliá* ha firmado un contrato de venta y alquiler a BBVA renting sobre el *Meliá Madrid Princesa*, por el cual la hotelera continuará gestionando el hotel en régimen de alquiler durante los próximos 12 años, transcurridos los cuales mantendrá además un derecho de adquisición preferente del mismo.

La operación, que se encuadra en la estrategia de la compañía de reforzar su balance y cash-flow, viene a fortalecer a la empresa para aprovechar las oportunidades competitivas afloradas por la crisis, y sostener el crecimiento estratégico que, como *Sol Meliá* viene reiterando, se apoyará primordialmente en fórmulas de gestión, alquiler y franquicia.



## Nuevo miembro del prestigioso grupo Preferred Hotels

El lujoso hotel de 5 estrellas **La Manga Club Príncipe Felipe** y los tres campos de golf de competición del resort **La Manga Club** acaban de entrar a formar parte del prestigioso grupo **Preferred Hotel Group**, al que pertenecen numerosos de los mejores hoteles y resorts de más de 75 países y cuya principal marca, *Preferred Hotels & Resorts*, gestionó el año pasado reservas por un valor superior a los 210.500 millones de euros.

Con este acuerdo, **La Manga Club** se suma al exclusivo club *Preferred Hotels & Resorts*, al que pertenecen el exótico y caribeño *Sandy Lane*, situado en Barbados; el *K Club* de Irlanda, el *Palazzo Sasso* en Ravello y el famoso *Quinta Real* en Zacatecas. Además de **La Manga Club**, en España el grupo tiene tres miembros más dentro de la gama *Preferred Hotels & Resorts*: el hotel *Majestic* de Barcelona, el *Mirasiera Suites* de Madrid y el *Finca Cortesín* de Málaga.



Con sus 192 habitaciones (de las cuales 157 son habitaciones de lujo, 28 habitaciones Club, 6 Suites y una Suite Real), el hotel **La Manga Club Príncipe Felipe** se ha convertido en el destino soñado de quienes buscan el incomparable clima de su privilegiada situación, entre las cristalinas aguas del Mar Mediterráneo y las cálidas aguas del Mar Menor, en un marco único.

Además de este exquisito hotel, el complejo —cuya extensión es tres veces superior a la del Principado de Mónaco— cuenta con una gran variedad de instalaciones deportivas de primera calidad que incluyen 28 pistas de tenis, 8 campos de fútbol y tres campos de golf. **La Manga Club** ha sido siempre sinónimo del mejor golf, sus tres campos de 18 hoyos (Norte, Sur y Oeste) y sus magníficos servicios han sido premiados varias veces como Mejor Complejo de Golf de Europa en los *World Travel Awards*.



## "Q" de Calidad Turística para el Palace Madrid

El Instituto para la Calidad Turística ha concedido la "Q de Calidad" al hotel **The Westin Palace Madrid**, certificación que avala la gestión de calidad de este histórico establecimiento hotelero de Madrid, en base a un informe realizado por la empresa auditoria independiente



y acreditada por el Instituto para la Calidad Turística Española. Por primera vez un establecimiento hotelero de la capital es acreedor de esta certificación, reconocimiento que llega tras recibir el pasado 3 de Junio el premio Madrid Excelente otorgado por la Comunidad Autónoma de Madrid en categoría de Gran Empresa, así como el recién renovado compromiso medioambiental EMAS e ISO 14001, normativa voluntaria de la Unión Europea que reconoce aquellas organizaciones que han implantado un sistema de gestión medioambiental.



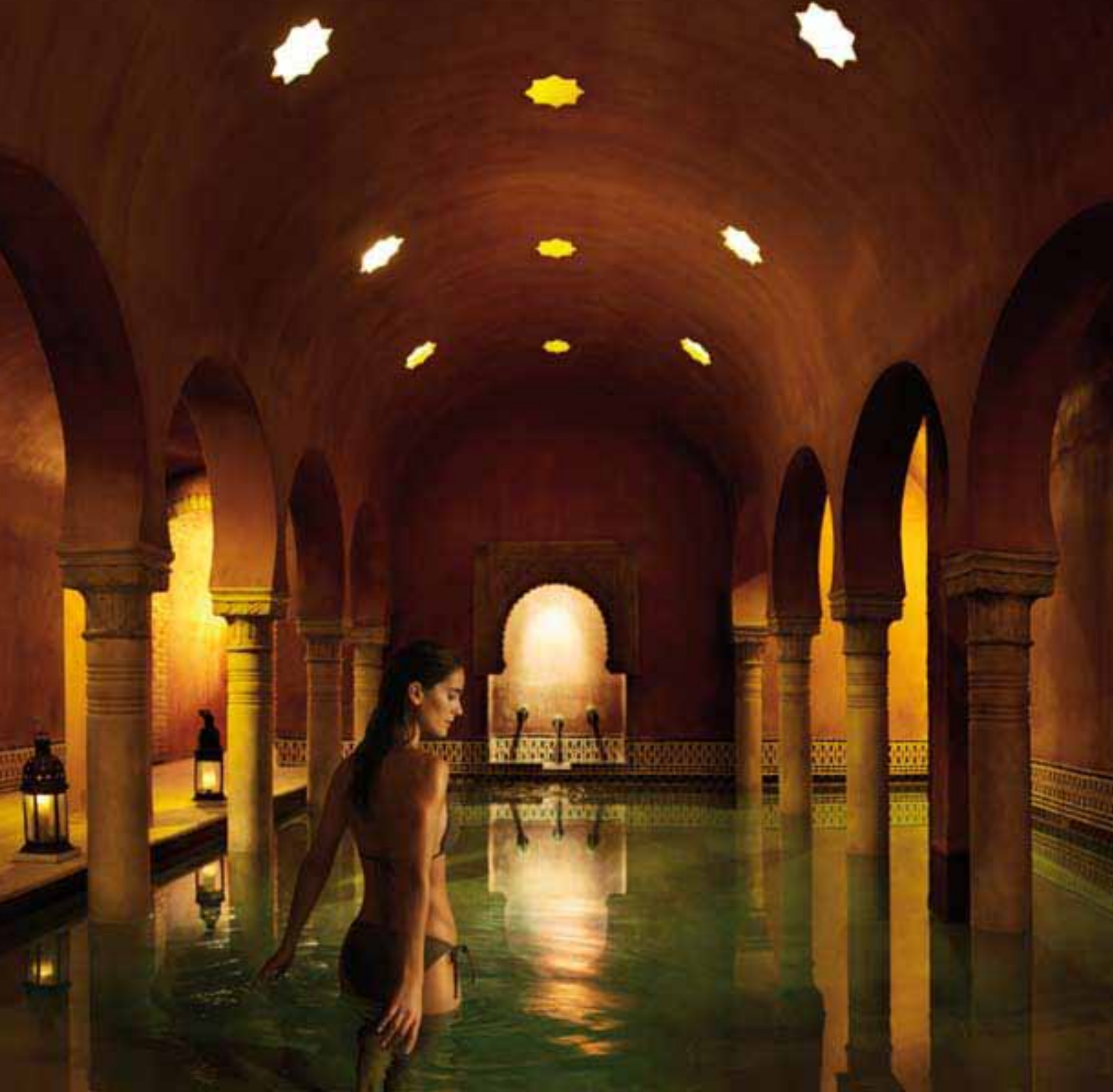


*Benfumat*  
NATURE



**TRADICIÓN, INNOVACIÓN Y CALIDAD**

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



*Descansa, ven a sentírte bien... ven a Andalucía*

Andalucía  
TE QUIERE