

Creación del Club de Producto de Turismo Idiomático de Madrid

El Patronato de Turismo de Madrid, para mejorar la competitividad y la innovación en las empresas turísticas a través de la colaboración pública-privada, gracias a la situación y el potencial del sector del turismo idiomático, ha realizado un exhaustivo estudio para la creación del primer *Club de Producto Turístico de Madrid*.

A tal fin, se ha buscado integrar en el Club, la participación de agentes que operan a lo largo de la cadena de valor del turismo idiomático como los que se ocupan de la información, comercialización y ventas, transporte a/desde Madrid, recepción, orientación y actividad formativa, alojamiento y atracciones y actividades y servicios. Como resultado del estudio, se pone de relieve que el español, segunda lengua más estudiada del mundo, con 14 millones de estudiantes, tiene un mercado potencial que se podría triplicar.

El principal motivo para aprender el español entre los europeos es el interés personal en el idioma y la cultura española, mientras que los académicos tienen más relevancia entre los estudiantes jóvenes americanos y asiáticos. Entre los factores más valorados por la demanda potencial para la elección de un lugar donde estudiar el español, destacan el atractivo del país, el prestigio de los centros de estudio, la oferta cultural y el ocio, características que España y, en concreto Madrid, cumple sobradamente. Según el estudio, el 67% de la demanda actual no se plantea otra alternativa distinta de España, aunque México es su principal competidor. Madrid, como tercer destino de turismo idiomático de España con cerca de 40.000 estudiantes al año, un 17% del total, por encima de Cataluña, tiene como principales mercados emisores, Estados Unidos, Alemania y Francia, siendo la estancia media entre uno y cuatro meses. ●

J.A.F.C.

¡MADRID! Alianza entre la ciudades de Madrid y Sao Paulo como destinos turísticos

La alianza estratégica entre los ayuntamientos de Madrid y Sao Paulo para la promoción de ambas ciudades como destinos turísticos se concretó, el pasado 13 de noviembre, en la firma de un convenio, suscrito por el delegado de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid y presidente de Promoción Madrid, Miguel Ángel Villanueva, y por el presidente de Sao Paulo Turismo, Caio Carvalho. El acuerdo establece que las dos ciudades se comprometen a emprender acciones conjuntas para su desarrollo económico, social y cultural a través de la proyección turística de los dos destinos a nivel nacional e internacional.



Fuente de la Cibeles, Madrid.

Oferta gastronómica y de ocio

Después de sellarse la colaboración, 322 relojes situados en las principales áreas de Sao Paulo han acogido la imagen de Madrid, que se centra en su variada oferta gastronómica y de ocio y en la que también ha estado presente la Gran Vía, una de las arterias más populares entre los viajeros que visitan la capital española, que el próximo año celebrará su Centenario.

Por su parte, la Ciudad de Madrid pondrá a disposición de Sao Paulo los espacios y soportes de promoción gestionados por el Ayuntamiento durante la celebración de Fitur, como la televisión digital esMADRIDtv, la revista mensual y gratuita esMADRID-magazine, el portal oficial de promoción turística esMADRID.com (www.esmadrid.com), los circuitos de banderolas distribuidos por la ciudad y el mobiliario urbano.

Visitantes brasileños en Madrid



Sao Paulo.

Brasil es uno de los mercados con más potencial para el turismo de la Ciudad de Madrid y uno de los países iberoamericanos que más turistas internacionales aportan a Madrid.

En 2008, la región recibió a 96.301 viajeros. En los primeros diez meses de este año, el número de visitantes superó esta cifra, con 97.488 turistas brasileños, un 12% más que en el mismo periodo del año anterior. ●

Próximo Plan USA Madrid para ofrecer hotel gratis a los turistas

Para compensar de algún modo a los turistas estadounidenses que hayan sufrido un robo o un atraco, en colaboración con la Embajada de EEUU y por cortesía de la Asociación Hotelera de Madrid, a los turistas que no dispongan de medios económicos para financiarse hasta el momento de su regreso, se les facilitará el alojamiento gratuito. Así se recoge en las medidas de Atracción, Atención y Fidelización del Turista Americano, previstas en el *Plan USA Madrid* que se presentará próximamente, según anticipó Javier Oyarzábal, coordinador general de Economía del Ayuntamiento de Madrid. Se ofrecerá en casos muy puntuales que traslade la embajada, que pueden ser una docena de casos al año, víctimas de delitos muy concretos, con violencia. Se concretarán las circunstancias exactas para poder tener acceso al alojamiento gratuito, el número de días que se pueden beneficiar y el tipo de hotel. Hasta el pasado octubre habían llegado a Madrid 413.012 turistas de esa nacionalidad, con un gasto medio muy superior a la media. Los japoneses no suelen tener este problema ya que se mueven más en grupo mientras que los estadounidenses lo hacen más por libre. ●

La Secretaría de Estado de Turismo y el Gobierno Balear invierten 4 millones de euros en Playa de Palma

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y el consejero de Turismo del Gobierno Balear, Miquel Ferrer, firmaron el pasado 21 de diciembre un convenio para la inversión de 4 millones de euros en el Proyecto Estratégico Playa de Palma., realizando una aportación de dos millones de euros cada uno, que irá destinada a la inversión de nuevas instalaciones para el funcionamiento ordinario del consorcio, así como a la redacción de proyectos.

Con esta aportación, las inversiones del Gobierno al consorcio de Playa de Palma ascienden a 16,5 millones de euros de un compromiso total de 24,5 millones.

Playa de Palma es uno de los tres destinos elegido para poner en marcha el programa de recualificación de destinos maduros, cuyo objetivo es adaptar este tipo de destinos a los nuevos requerimientos de demanda a fin de que puedan generar mayores beneficios económicos, sociales y medioambientales.

La puesta en práctica de este programa de recualificación integral de destinos maduros persigue, a su vez, la consecución de tres objetivos operativos: en primer lugar, generar un potente efecto demostración a través de proyectos de reconversión o modernización integral con proyección internacional, con el propósito de lograr el mayor impacto posible y consolidar un modelo turístico de futuro.

En segundo lugar, impulsar programas de actuación especiales sobre áreas o problemáticas específicas de destinos turísticos maduros que repercutan en la mejora de su binomio competitividad-sostenibilidad.

Y, en tercer lugar, impulsar modelos de reforma y rehabilitación de la oferta turística, tanto de alojamiento como complementaria, en aplicación de las directrices de especialización y diferenciación. ☺



Juan José Hidalgo, líder del sector turístico según el informe MERCO y mejora la reputación de Globalia

El presidente ejecutivo de Globalia, Juan José Hidalgo, aparece como el más reputado dirigente del sector turístico español en el informe MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) correspondiente al año 2009. En el mismo estudio, Globalia sube posiciones y pasa a ser percibida como la tercera empresa del país dedicada al transporte de viajeros, inmediatamente después de Renfe e Iberia.

De la lista de 15.000 altos directivos españoles analizada por MERCO, Juan José Hidalgo ocupa el puesto número 32, y es, no sólo el primer empresario del sector turístico que aparece en la relación, sino uno de los líderes cuya reputación ha crecido de forma más sostenida en los últimos años al pasar del puesto 54 en el año 2007 al 39 de 2008 hasta alcanzar el actual puesto 32.

También la reputación corporativa del Grupo Globalia crece en el informe MERCO. De las 3.000 empresas con facturación superior a los 50 millones de euros que han sido analizadas, Globalia irrumpió en la lista de las 100 mejores. En la presente edición de 2009 ha ascendido al puesto 90. ☺

Turespaña recibió a los turistas que aterrizaron en el aeropuerto de Madrid para esta Navidad de una forma especial

El Instituto de Turismo de España (Turespaña) organizó un original comité de bienvenida, formado por un grupo de ciudadanos, que recibió a los extranjeros que llegaron al aeropuerto de Madrid (Terminal 1 y 4) los días 16, 17 y 18 de diciembre.

Al aterrizar, los sorprendidos turistas encontraron pancartas con su nombre, ramos de flores, guías de

viajes sobre España y otros obsequios que hicieran más especial su estancia. Con el objetivo de que los extranjeros que nos visitan se sientan en España como un país acogedor y cálido, en el que sus ciudadanos se vuelcan con el visitante y lo tratan como un amigo. Y tengan experiencias que contar desde el mismo instante en que aterrizan.

Esta divertida acción de bienvenida, forma parte de una campaña iniciada por Turespaña para promocionar nuestro país como destino turístico, especialmente entre los jóvenes. Para ello se valdrá de Internet y de las redes sociales, los lugares donde los jóvenes intercambian información. Bajo el lema *Spain, a country to share*, Turespaña ha creado una página en Facebook en la que los europeos pueden encontrar datos sobre los mejores rincones para visitar, lugares que no deben perderse, gastronomía y costumbres. ☺





Helsinki, designada capital mundial del diseño 2012

El Consejo de Sociedades de Diseño Industrial (Icsid) anunció, en el marco del Congreso Mundial de Diseño celebrado en Singapur el pasado noviembre, que la Capital Mundial del Diseño 2012 será Helsinki.

La candidatura de Helsinki, que se ha impuesto ante la otra finalista Eindhoven (Holanda), se basa en el lema "Open Helsinki - Embedding Design in Life" - Helsinki abierta, incorporando el diseño en la vida diaria, a través del que se anima a mirar al proceso mismo del diseño como un usuario, cuya decisión puede dar pie a un mundo mejor.

Durante el 2012 el proyecto finaldés estará arropado en Helsinki por un programa de actividades para acercar el diseño al día a día de la gente; encuentros con diseñadores de todo el mundo, así como eventos "satélite" en otros países. El principal encuentro será en la sala Casa Finlandia, diseñada por Alvar Aalto en la capital finlandesa.

De acuerdo con este concepto de invitación a Helsinki, se acogerá en la ciudad a 1.000 jóvenes diseñadores de todo el mundo con el objetivo de que proporcionen 1.000 soluciones con vistas a desarrollar una efectiva colaboración internacional. Se ha calculado, además, que 100.000 personas acudan a las celebraciones durante todo el año 2012.

La Capital Mundial de Diseño es un proyecto de promoción que se otorga cada dos años, tomando en consideración la sensibilidad de los entornos urbanos al diseño de sus espacios comunes y privados, con el fin de mejorar la vida de los que en ellos habitan. Para la designación de 2012 se han presentado 46 ciudades de 27 países, y finalistas quedaron Helsinki y Eindhoven. Actualmente la ostenta Turín (Italia). ☺

www.worlddesigncapital.com.



Colombia presenta en Madrid sus proyectos turísticos para el 2010



El Embajador de Colombia en España, Carlos Rodado Noriega, y la Vicepresidenta de Turismo de Proexport Colombia, Nubia Estella Martínez, presentaron en una recepción celebrada en la Embajada de Colombia en España, las principales líneas de promoción que el país desarrollará durante 2010, apoyadas en los conceptos de seguridad y biodiversidad, y que incluyen la nuevos destinos y productos turísticos.

Durante una recepción celebrada en la Embajada de Colombia en España, los máximos responsables de Turismo del país latinoamericano mostraron a los medios de comunicación asistentes algunos de los aspectos que lo han convertido en un destino en el que, como reza su lema de promoción turística, "El riesgo es que te quieras quedar".

El Embajador, afirmó que Colombia "es el único país sudamericano que tiene costas sobre dos océanos, con 1.600 kilómetros en el Atlántico y 1.400 kilómetros en el Pacífico; cuenta con 36.000 especies de plantas y tiene una gran riqueza de agua dulce", también destacó que Colombia no sólo es un país seguro para el viajero, sino también para los inversores, gracias a una serie de acuerdos que "contribuyen a reforzar lo que es ya una actitud y una mentalidad colombiana: el respeto por la propiedad privada".

La intervención de la Vicepresidenta de Turismo de Proexport Colombia,

Nubia Estella Martínez, que realizó un balance sobre las ventajas que la política de seguridad democrática del Presidente Uribe ha aportado al sector turístico del país, y que ha permitido durante los últimos cuatro años desarrollar una importante labor de promoción exterior. "España es un mercado emisor importantísimo para Colombia, que este año ha recibido un 10% más de viajeros españoles", declaró Nubia, para quien el lema "Colombia. El Riesgo es que te quieras quedar", adelantó que para el 2010 se presentarán nuevos destinos como Boyacá, Barranquilla y Huila, se apostará por el turismo de golf.

Su variedad cultural, expresada a través de su artesanía, gastronomía, arquitectura, pintura, cine y fotografía, y algunos de sus principales acontecimientos anuales como el Carnaval de Barranquilla, la Feria de las Flores de Medellín, el Cartagena Festival Internacional de Música o el Carnaval de Blancos y Negros de Pasto, serán otros de los ejes de promoción para 2010. ☺

ESTAMOS
EN FITUR 2010



PABELLÓN 10
STAND 10 A 07



Nueva conexión marítima entre Gibraltar y Algeciras

Tras cuatro décadas sin servicio, el pasado 16 de diciembre, Gibraltar y Algeciras vuelven a estar unidas vía marítima gracias a la embarcación "Punta Europa Segundo", de la compañía Transcoma Lines, que realizó su travesía inaugural con la asistencia de numerosas personalidades.

El primer viaje tuvo su punto de salida en el puerto de Algeciras, y entre los asistentes se encontraban el presidente de la naviera, Jaime Oliver, así como su consejero delegado, Fernando Muñoz; el alcalde de Algeciras, Tomás Herrera; el presidente de la Autoridad Portuaria, Manuel Morón; el director de Política Exterior para Europa no comunitaria y América del Norte del Ministerio de Exteriores, Luis Felipe Fernández de la Peña; y María Isabel Durantes Gil, directora general de la Marina Mercante del Ministerio de Fomento. La travesía finalizó en la Terminal de Ferry's de Gibraltar, muy cercana a Casemates Square, donde las autoridades locales, encabezadas por Joe Holliday, vice primer ministro del Peñón y responsable de la cartera de Transportes, recibieron a sus homólogos.

El servicio para el público comenzó su andadura el 17 de diciembre, y tendrá una frecuencia diaria ininterrumpida desde Algeciras a las 9,30 de la mañana, hasta las 18,30 de la tarde, con última salida desde Gibraltar. El coste por trayecto es de 8 euros por viaje; 14 euros si se toma ida y vuelta; y también se ha contemplado la posibilidad de adquirir abonos mensuales con un considerable descuento para sus usuarios habituales. Se prevé que anualmente 500.000 personas utilicen este nuevo servicio marítimo. ☺

"Un momento de Alemania" Workshop MeetGermany 2009

Bajo el lema "Un momento de Alemania" durante el pasado mes de octubre se celebraron en Sevilla, Madrid y Barcelona las jornadas dedicadas al *Workshop MeetGermany 2009* en España, organizadas por la Oficina Nacional Alemana de Turismo y con la colaboración de Lufthansa, NH Hoteles, Spanair y el Hotel Estrel Berlin con el espectáculo "Stara in concert". 400 compradores, representando a las más importantes mayoristas, agencias de viajes y medios de comunicación y 40 expositores asistieron a los eventos, celebrados en el Hotel NH Central Convenciones en Sevilla, en el Restaurante Pedro Larumbe en Madrid y en el Hotel Catalonia Ramblas en Barcelona respectivamente.

Durante los Workshops tuvo lugar la espléndida actuación de "Star in concert", con la actuación estrella de un reconocido imitador del cantante Joe Cocker. El Workshop fue en las tres ciudades un gran éxito, destacando el cierre de negocios y el intercambio de puntos de vista entre los agentes del sector.

Harald Henning, director de la Oficina Nacional Alemana de Turismo para España y Portugal, destacó el tema central de las actividades de marketing de la O.N.A.T. de cara al año 2010 "Alemania creativa" y "Ruhr 2010 Capital Europea de la Cultura". Otros temas de promoción en el 2010 son: el 60 aniversario de la ruta romántica, 200 años de la fiesta de la cerveza de Munich, 300 años de la porcelana de Meissen y 175 años del ferrocarril en Alemania. ☺

Más información en www.germany.travel.



PREMIOS ENIT V Premio Periodístico "Italia por descubrir"

El ENIT (Agencia Nacional Italiana para el Turismo) celebró, en colaboración con la Embajada de Italia en España, la solemne entrega del V Premio Periodístico "Italia por descubrir", que tuvo lugar en el transcurso de una cena en el hotel Hesperia Madrid, con la presencia del ministro consejero de la embajada, Luca Ferrari. El director de Asuntos Generales del ENIT en Roma, Marco Bruschini, destacó como estos premios "acentúan la imagen óptima que se tiene de Italia, desde los Alpes Dolomitas hasta Sicilia, en un mosaico de ciudades que representan la grandeza de este país, en el sol, en las playas, la cultura, el arte y la gastronomía".

Al certamen, que ya goza de un reconocido prestigio entre los profesionales del periodismo del sector turístico, se han presentado cerca de medio centenar de colaboraciones, entre artículos y reportajes fotográficos, publicados en la prensa española. Según destacó la directora del ENIT en España, Laura Della Rocca, los criterios para la selección de los trabajos son la identificación del destino, la originalidad y las herramientas que el periodista o fotógrafo proporciona para incentivar el viaje a los lectores. Los galardonados fueron Elena del

Amo, por el artículo "la Bella Sicilia" publicado en la revista "Paisajes desde el tren", César Lucas Abreu, por el reportaje fotográfico "Invierno en los Alpes Dolomitas" en "Viajar", con 3.000 euros cada uno y premio especial al artículo sobre el Lago de Como, en "Vostra Via on line" con 2.500 euros. ☺

