

AIR TRANSPORT  
**TAT**  
**TRANSPORTE AÉREO**  
**& TURISMO**  
www.tatrevista.com

**pullmantur**

# Rumbo a las vacaciones de tus sueños



## Vive la Experiencia Pullmantur

El mejor servicio a bordo



Idioma español



Cruceros Pullmantur con Todo Incluido



Solo nosotros te llevamos al embarque en nuestros propios aviones\*.

**Deleite**



**Diversión**



**Bienestar**



**Relax**



**Todo Incluido**



**Destino**



# Travelplan

## ahorra o nunca

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 • Italia • Praga • Budapest • Londres • Lisboa • Ámsterdam • Ginebra • Grecia  
Circuitos por Europa • Túnez • Marruecos • Egipto • Turquía • República Dominicana  
Cuba • México • Nueva York • Miami • Combinados USA - Caribe • Argentina  
Brasil • Perú • Venezuela • Senegal

*y además, en Canarias*

si compra con un mínimo de 60 días de antelación Travelplan le  
ofrece la oportunidad de conseguir aún "MEJORES PRECIOS".

**ANTICIPATE!**  
**>60 DÍAS**

Busque este símbolo y descubra los Hoteles  
Incluidos en la Promoción Especial 60 días.

Consulte precios en [www.travelplan.es](http://www.travelplan.es)

Solicite nuestro catálogo **Travelplan** Ahorro Invierno 2011 - 2012 en su agencia de viajes habitual o visite nuestra web [www.travelplan.es](http://www.travelplan.es).

# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

por Alberto Rumschisky

**M**i recuerdo más reciente es negativo. Fue el pasado 26 de agosto, en el aeropuerto de Venecia, desde donde regresaba a Madrid. Había facturado mi equipaje y tenía la tarjeta de embarque, impresa online. Todo parecía ir bien, hasta que debí pasar la “sicurezza”. Eran las 10:30 y mi vuelo debía salir a las 12:15, pero el aeropuerto era un verdadero caos y la serpiente que se forma con las cintas y los pasillos para pasar seguridad daba ya ocho vueltas. Lo peor era que parecía no avanzar y los comentarios que llegaban decían que seguridad se había puesto “muy dura”. Transcurrieron 45 minutos y seguía prácticamente al final de la cola. Entonces llegó una empleada del aeropuerto levantando una señal redonda y amarilla que ponía “Follow me” (Sígueme) y nos sacó de la cola a los últimos cien pasajeros. Corriendo literalmente tras la señal, con nuestro equipaje de mano, cruzamos toda la zona de facturación y desembocamos en un control de seguridad reservado para casos de emergencia. Allí fuimos sometidos a una inspección muy estricta que implicaba quitarse ropa, cinturones, zapatos, relojes pulsera y todo lo metálico, y además, en muchos casos, abrir el equipaje de mano tras pasarlo por el escáner. Otros 20 minutos y la comprobación de que realmente la cosa estaba “muy dura”, sobre todo al ver que los agentes cacheaban a varios pasajeros, entre ellos a un par de niños.

**D**esde los atentados del 11-S nos hemos tenido que resignar a sufrir los inconvenientes de los sistemas de seguridad cada vez más estrictos. Y los Estados Unidos han sido los que más han intentado suavizar el problema, ensayando lo que llaman “Programas de Viajero Fiable”, diseñados especialmente para los viajeros frecuentes y los viajeros de negocios, que son quienes pueden aportar datos que los pre-identifiquen como fiables. Estos programas han sido tanto oficiales como privados. En este último caso destaca el llamado “Verified Identity Pass” (Pase de Identidad Verificada), que creó en 2007 la compañía llamada Clear.

**C**lear realizó una inversión millonaria para poner en marcha su programa, que funcionó en 18 aeropuertos estadounidenses y llegó a tener unos 250.000 clientes. Estos viajeros suministraban voluntariamente sus datos y con ellos se configuraba un pase con información biométrica. Se les

cobraba una anualidad de 199 dólares (140 Euros) para tener el privilegio de pasar por seguridad a través de unos pasillos reservados que tenían la marca “CLEAR”. Pero el programa sólo se mantuvo durante poco menos de dos años, ya que la Dirección de Seguridad en el Transporte (“Transport Security Administration, TSA”) suspendió la operación en base a que se descubrió una vulnerabilidad en el almacenamiento que hacía Clear de la “sensible información personal” de los clientes. Esto fue a raíz de que, en el aeropuerto internacional de San Francisco, apareció abandonado un ordenador portátil que tenía la información correspondiente a 33.000 clientes de Clear.

**L**a reciente puesta en marcha de los escáner corporales y el aumento de los cacheos personales ha provocado la reacción de muchos pasajeros que alegan que se viola su intimidad y/o se los somete a un trato que consideran vejatorio. Esto ha hecho que la TSA se haya propuesto probar un nuevo programa de viajero fiable, que espera poner en marcha antes del próximo invierno. John S. Pistole, el director de la TSA, ha dicho que el programa se basará en un sistema de seguridad “inteligente y basado en el riesgo”, que suministrará a los pasajeros pre-aprobados unos pases de embarque codificados con información de identificación personal, que les permitirá pasar los controles de seguridad por unos pasillos especiales en los que “el procedimiento será expeditivo”. El señor Pistole dice que está decidido a que el nuevo sistema se base más en la inteligencia y no en la búsqueda obsesiva de “cosas prohibidas” en los puntos de control.

**L**a TSA no ha aclarado en qué consistirá el “procedimiento expeditivo”, pero los programas de viajero fiable intentados hasta ahora se han basado en la presunción de que, si se desarrolla una nueva tecnología, los viajeros pre-aprobados serían objeto de un control menos exhaustivo, y sobre todo menos molesto, incluyendo beneficios como el de no tener que quitarse los zapatos. Personalmente, estaría encantado si pudiese suministrar a las autoridades correspondientes la información básica que me solicitaran para declararme fiable y poder pasar los controles de los aeropuertos con mis zapatos puestos y mi intimidad intacta. ●



**Septiembre/Octubre 2011**  
**Las vacaciones de tus sueños con la experiencia de Pullmantur. El mejor servicio a bordo, todo incluido....**

- **TAM se consolida como la mayor aerolínea de Brasil ..... 10**
- **Air Berlin, su Hub de Mallorca sigue siendo uno de sus principales pilares estratégicos ... 15**
- **Casi 23 millones de pasajeros utilizaron en agosto la red de Aena Aeropuertos ..... 19**



**Reportajes**

- **Viaje a la Provence: Marsella y Arles ..... 22**
- **Sicilia entre viñedos.**
- **Otra Italia peculiar por descubrir ..... 40**
- **El piloto Manuel Sos campeón de la XLV Vuelta Aérea a España.. 46**

**Cruceros**

- **Grandes Cruceros Transatlánticos 2011-2012 de Iberocruceros..... 32**
- **3,2 millones de cruceristas hasta julio, un 17,7% más que en 2010 ..... 34**

**Turismo**

- **España bate un record turístico en agosto con 7,64 millones de turistas internacionales..... 45**



**Entrevista**

- **Juan Manzanares, director comercial de Guamá Havanatur... 48**
- **Turisem ..... 54**



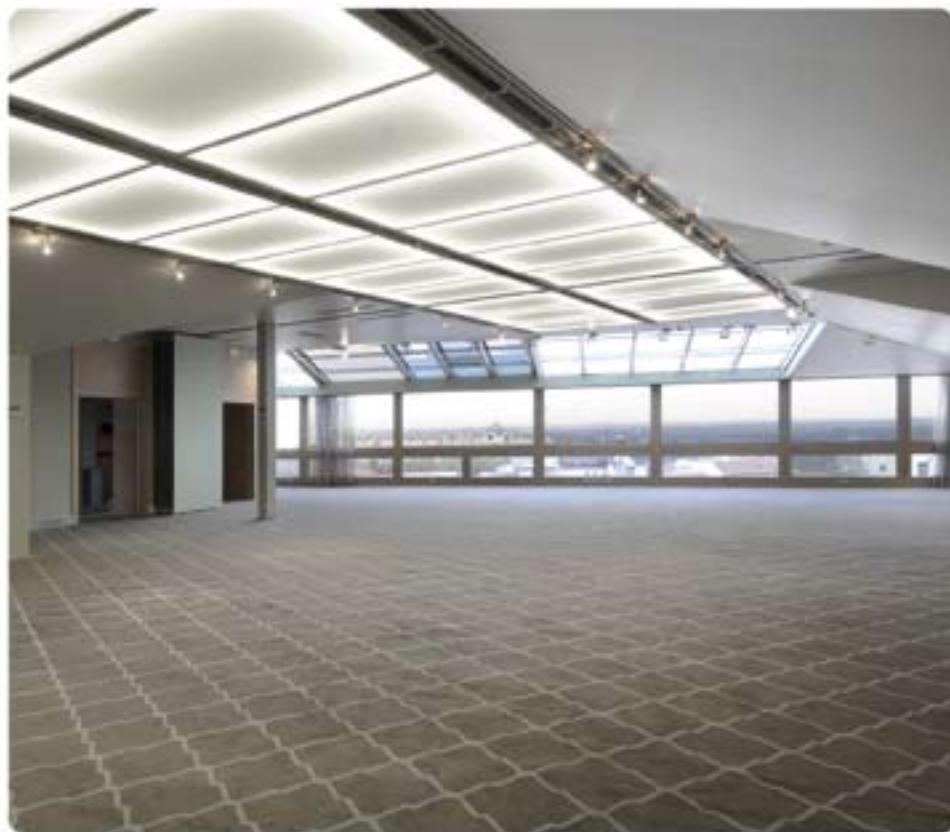
**Otras Secciones:**

*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 Florez. ■ **Directora:** M<sup>a</sup> Fernanda Fernández. ■ **Marketing y RR. EE:** Gonzalo Nates Contreras. ■ **Redacción:** Raul F. García. ■ **Colaboradores:** J. Antonio Fernández Cuesta. Alberto Rumschisky. Arturo Paniagua. Javier Pérez Portabella. Mafer. Javier Franco. Miguel Montes. Francisco Rivero. ■ **Corresponsales:** *Andalucía Occidental (Cádiz)* Victor Ocaña. *Canarias* Javier Franco. *Málaga (Costa del Sol)* Anahi de Decker. *Roma (Italia)*. Carmen F. De Vando. ■ **Diseño y Maquetación:** M<sup>a</sup> Teresa Fernandez. Adán Florez. ■ **Dirección, Redacción y Publicidad.** Mejico, 31 -1<sup>o</sup> A - 28028 Madrid (España). telf: +34 91 725 64 54 . FAX +34 91 361 07 01- tatrevista@tatrevista.com web: www.tatrevista.com Dirección Postal. Apartado de Correo. 14.027 - 28080 Madrid. ■ **Publicidad Madrid:** Mafer. Francisco Silvela, 76 -Escl. A 3<sup>o</sup> 3 28028 MADRID telf. +34 91 726 19 82 - E-mail: mafer@tatrevista.com. ■ **Publicidad Andalucía:** Anhi de Decker. anahi@tatrevista.com telf 670 8002 937. ■ **Publicidad Canarias:** Javier Franco - s\_mire\_ss@hotmail.com telf 6645825537. ■ **Fotografos:** Reportcolor, tf. 91 559 7145 mov 667 707 643. ■ **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 21€ - UE 26€ Resto de Europa 50€ USA y Otros Continentes 65€

EDITA: TURISEM,S.L.  
 ISSN: 0211-9633  
 Depósito Legal: M-3344-1982  
 Fotomecánica e Imprenta:  
 Grupo Run, S.A.  
**www.tatrevista.com**

# Los espacios del Mercure Madrid Santo Domingo, reuniones, eventos, celebraciones en el hotel del centro de Madrid



## La creatividad e innovación hecha hotel:

- > 200 habitaciones con 40 decoraciones distintas.
  - 10 temáticas con nombre propio.
- > 1.1.000 m<sup>2</sup> en 13 salones (de 10 a 400 personas):
  - Belvedere: 250 m<sup>2</sup> y vistas al Palacio Real.
  - Mirador: 70 m<sup>2</sup> sobre el Madrid de los Austrias.
  - Natura: 270 m<sup>2</sup> bajo un jardín colgante.
- > jardín colgante de 1.000 m<sup>2</sup> con su propia cascada de agua de 15 m de altura.
- > restaurante SANDÓ, una atmósfera sofisticada para la mejor cocina española del siglo XXI.
- > Las Cuevas de SANDÓ, originales del siglo XVI.
- > piscina de verano en la terraza.
- > parking tematizado con 1000 m<sup>2</sup> de pinturas murales.
- > colección de arte propia.



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

La creatividad e innovación hecha hotel



# IBERIA

## Ofrecerá vuelos directos con Manchester y Glasgow desde Madrid

- \* *Para aportar tráfico a la red de vuelos de Iberia con base en el hub de Madrid Operados por la franquicia Iberia Regional/Air Nostrum Los vuelos con Manchester se inician el 30 de octubre y tendrán una frecuencia diaria, mientras que con Glasgow se inician el 1 de noviembre y tendrán dos frecuencias semanales*
- \* *Iberia prosigue su colaboración con Vueling en Madrid, para que ésta ofrezca vuelos en código compartido con Iberia con destinos a varias ciudades europeas*



A partir de próxima temporada de invierno, que se inicia a finales de octubre, **Iberia** ofrecerá vuelos directos con las ciudades británicas de Manchester y Glasgow, operados por la franquicia *Iberia Regional Air Nostrum*.

Ambas rutas sirven tanto para el tráfico punto a punto entre Madrid y sendas ciudades, como para aportar tráfico a la red de largo radio de **Iberia**, especialmente significativo en el caso de Manchester, la segunda ciudad del Reino Unido y un importante centro financiero y cultural.

Los vuelos con Manchester se inician el 30 de octubre, y tendrán una frecuencia diaria, mientras que a Glasgow, principal ciudad de Escocia, se volará dos veces por semana, desde el 1 de noviembre.

Por otro lado, también para la temporada de invierno, **Iberia** prosigue su colaboración con *Vueling*, que seguirá operando vuelos en código compartido con **Iberia** en Madrid con varios destinos europeos. En el caso de Barcelona, todos los vuelos de *Vueling* mantienen el código compartido con **Iberia**, aportando tráfico también a la red de largo radio de la ciudad condal. **Iberia**, por su parte, ha decidido reforzar su marca en España y por lo tanto volverá a estar presente con su propia marca en los aeropuertos españoles donde había dejado de volar en verano, como Mallorca, Fuerteventura, Lanzarote, Pamplona y San Sebastián, además de Santander donde llevaba una década sin tener vuelos en propio. ●

# IBERIA

# airberlin

## Firman un acuerdo de código compartido

- \* *Iberia pondrá su código en diversas rutas de airberlin dentro de Alemania y a otros destinos del centro y norte de Europa*
- \* *El código de airberlin figurará en los vuelos de Iberia a Alemania y Suiza*

**Iberia** y **airberlin** han firmado un acuerdo de código compartido, efectivo desde el pasado 7 de julio. Gracias a este acuerdo, los pasajeros de **Iberia** tendrán un acceso más sencillo a una buena parte de la red doméstica de **airberlin** y a otros destinos que **airberlin** opera en otras ciudades europeas.

En concreto, **Iberia** pondrá su código en diversas rutas que parten de Dusseldorf (a Hamburgo y Stuttgart), Berlín (a Stuttgart en Alemania y a Helsinki, Gotemburgo, Oslo y Salzburgo, en el norte y centro de Europa), Múnich (a Hamburgo y a Hanover) y Frankfurt (a Hamburgo), así como en diversos vuelos de Barcelona a varias ciudades alemanas.

Por su parte, el código de **airberlin** se añadirá a los vuelos que opera **Iberia** desde Madrid a Alemania y a Suiza, es decir, Múnich, Dusseldorf, Berlín, Frankfurt, Ginebra y Zúrich, lo que permitirá a los pasajeros de **airberlin** un acceso más cómodo a estos destinos servidos por la aerolínea española. ●

**IBERIA**

## Antonio Vázquez, Premio Tiépolo 2011

**A**ntonio Vázquez, presidente de Iberia, ha sido distinguido con el Premio *Tiépolo 2011*, que celebra este año su sexta edición. Este premio se otorga anualmente a una personalidad española y a otra italiana que se han distinguido particularmente por su labor de integración y desarrollo de las relaciones económico-comerciales entre Italia y España.

El jurado, compuesto por periodistas de los principales medios de comunicación españoles y por corresponsales italianos en España, ha querido reconocer "la trayectoria de la compañía en el último año y su contribución a difundir en el mundo la imagen de España". Además, señalan, "es un ejemplo de trabajo y dinamismo para contrarrestar los efectos negativos que las dificultades de la coyuntura económica actual tienen sobre el negocio".

### Otro nombramiento

El presidente de Iberia y de International Airlines Group (IAG), Antonio Vázquez, ha sido nombrado miembro



del Comité ejecutivo del *TransAtlantic Business Dialogue*. El TABD es el foro oficial de debate entre las empresas con presencia transatlántica, representantes del gobierno estadounidense y comisarios de la Unión Europea.

Este foro, que cuenta con la participación de presidentes y consejeros delegados de las principales compañías norteamericanas y europeas, trata cuestiones relativas a los intercambios comerciales transatlánticos y plantea recomendaciones a los gobiernos de EE.UU. y de la UE en este ámbito. ☉

MANTENIMIENTO  
**IBERIA**

## Consigue una producción anual de 200 motores y se consolida como uno de los más importantes del mundo en cuanto a producción

\* *Iberia ha destinado 20 millones de euros en su Plan 200!, que se han invertido en nuevo equipamiento y utillaje y mejoras de procesos*

**Iberia Mantenimiento** ha conseguido una producción estabilizada de 200 motores al año y, ha colocado su taller de motores entre los más importantes del mundo, en cuanto a producción se refiere.

A finales de 2007, la Dirección General de Mantenimiento e Ingeniería de **Iberia** puso en marcha el "Plan 200!", un ambicioso proyecto basado en la mejora de la productividad y en el incremento de recursos cuyo objetivo era lograr mayor producción en el taller de motores de una forma eficiente y competitiva.

Los datos de producción indican que este objetivo se ha cumplido ya que, en junio de 2010 se alcanzó el ritmo de producción de 200 motores al año, ritmo que se mantuvo durante todo este año y que se espera mantener durante 2011. De hecho, el crecimiento anual ha sido del 12 por ciento.



Para llevar a cabo el "Plan 200!", durante estos años **Iberia Mantenimiento** ha hecho una inversión en nuevos equipamientos y utillaje de 20 millones de euros; ha introducido

tres nuevos modelos de motor (CFM56-7B, RB211-535C y CF34-3); ha reactivado el negocio de reparación de trenes de aterrizaje de Airbus A320, y se está capacitando la reparación de los Airbus A340-300 próximamente; ha conseguido nuevos contratos con nuevos clientes llegando ya a suponer el 70 por ciento de la producción; ha llevado a cabo un intenso programa de formación de 25.000 horas al año para nuevas incorporaciones, y ha apostado por la creación y desarrollo del taller de álabes con una inversión aproximada de 8 millones de euros.

Por otro lado, la fusión con British Airways también abre para **Iberia Mantenimiento** nuevas oportunidades de crecimiento y de configuración de futuras flotas, a mantener para asegurar una importante actividad en el futuro. ☉



vueling

### Lanza la nueva ruta París - Zúrich, siendo la única compañía conectando ambas ciudades desde Orly

- \* *La ruta empezará a operar el próximo 30 de octubre y tendrá doble frecuencia diaria y horarios adaptados a las necesidades del pasajero de negocios*
- \* *La compañía apuesta fuerte por su expansión internacional e incrementa sus vuelos desde París donde ya conecta con un total de 12 ciudades*

**V**ueling, la aerolínea de nueva generación, amplía su oferta de vuelos internacionales con la nueva ruta París (Orly)-Zúrich con origen y destino fuera del territorio español. La compañía apuesta así por reforzar sus vuelos desde Francia, su segundo mercado estratégico tras el doméstico.

La nueva ruta París (Orly)-Zúrich operará desde el próximo 30 de octubre y contará con doble frecuencia diaria con horarios especialmente adaptados a las necesidades del pasajero de negocios, ya que es una ruta con mucho tráfico business, pero también muy adecuado para el pasajero de ocio ya que permite un viaje de escapada de fin de semana. Los billetes de la ruta ya están disponibles en [www.vueling.com](http://www.vueling.com) y las agencias de viaje a un precio especial de lanzamiento

de 49.99 € por trayecto con origen en la capital francesa y 54.99 € desde Zúrich. **Vueling** pondrá a disposición de los usuarios 22.000 asientos mensuales.

La ruta a Zúrich es la última apuesta en Francia, tras las inauguraciones de las rutas desde Toulouse y Burdeos el pasado mes de abril y, tras la reciente comunicación del inicio del vuelo Nantes-Barcelona a partir del 14 de septiembre. Actualmente la compañía opera en seis ciudades francesas, París, Lille, Niza, Burdeos, Toulouse y conecta la capital francesa con 12 destinos en España, Italia y ahora también en Suiza. Por otra parte **Vueling**, ya conecta Zúrich con un total de tres ciudades, Santiago de Compostela (Galicia), Barcelona (desde el pasado mes de abril con doble frecuencia diaria) y ahora con París. ☉

MESA DEL TURISMO

### La Mesa del Turismo reclama a los pilotos que no pongan en peligro el transporte aéreo con convocatorias de huelgas

**L**a Mesa del Turismo ha reclamado a los pilotos que no pongan en peligro el transporte aéreo con la convocatoria de huelgas y eviten perjuicios al sector turístico español.

Según los responsables de esta Entidad, que aglutina a una treintena de los principales empresarios turísticos del país, "desde el respeto a sus reivindicaciones laborales, se trata de un sector que, al igual que los controladores, originan unos efectos muy perniciosos para el turismo cuando llevan a cabo paros laborales".

En ese sentido, la Mesa ha solicitado un esfuerzo de diálogo y consenso a los pilotos cuando se produzcan situaciones de desencuentro con sus patronales.

"Los pilotos parecen ajenos al daño que hacen con sus huelgas al sector, de cuya bonanza viven ellos. Por lo tanto, no deberían jugar con lo que les da de comer, máxime en un momento de repunte del turismo nacional", han añadido los expertos de esta Entidad.

En ese sentido, la Mesa ha señalado en varias ocasiones que "el turismo, junto con las exportaciones, es el único motor de demanda de la economía española y que continúa plenamente activo".

"El turismo representa casi el 10% del PIB y cerca del 11% del total de los empleos españoles. Sin turismo no habrá recuperación. El turismo es el sector que será la fuerza motriz si se abordan las políticas adecuadas", ha expresado esta Entidad, que ha mostrado su preocupación por las próximas huelgas convocadas por los pilotos. ☉



## Eleva aún más el listón de su oferta Premium

**R**eafirmando su compromiso con ofrecer la mejor experiencia a bordo a sus pasajeros, **Emirates** ([www.emirates.es](http://www.emirates.es)) ha introducido una nueva selección de productos en sus cabinas *premium*.

Así, los pasajeros que vuelen en *First Class* y *Business Class* pueden disfrutar de una nueva vajilla, cuyos delicados dibujos en relieve y sutil simplicidad se convierten en el soporte ideal para la gran diversidad del extenso menú de **Emirates**. La renovada oferta culinaria también incluye la introducción de una elegante cubertería, un nuevo atractivo

que también se suma a la propuesta contemporánea y de alta calidad de experiencia gastronómica a bordo de **Emirates**.

El nuevo servicio va más allá de la introducción de nuevos productos y reverbera en toda la filosofía de la gastronomía a bordo, que también incorpora nuevas creaciones a la exclusiva gama de propuestas culinarias de la *First Class*, tales como platos icónicos presentes en las cartas de los más renombrados restaurantes, nuevas ensaladas y una renovada presentación de las sopas, cafés y té, así como la inclusión de recetas de sopas en el menú de la *Business Class*. Además, cerca de 5.000 tripulantes de cabina como sobrecargos, azafatas senior y el personal que atiende a los pasajeros de *Business Class* se han sometido a un programa de entrenamiento intensivo para familiarizarse no sólo con la nueva variedad de productos sino también con la nueva filosofía de servicio. ☺



## Delta Mantiene sus inversiones y crecimiento en África

**D**elta ha inaugurado un gran número de nuevas instalaciones en el marco del compromiso actual de la aerolínea con la ampliación de servicios en África y su plan global de inversiones en instalaciones para sus clientes en todo el mundo. En junio, **Delta** inauguró dos nuevas zonas de embarque en Accra (Ghana). Estas nuevas zonas de embarque ofrecen a los clientes mejor servicio. La oficina ofrecerá también servicio a los clientes de **Delta** procedentes de Uganda, Ruanda, la República Democrática del Congo, Sudán del Sur y Burundi.

En junio **Delta** inauguró la primera oficina de venta de billetes en Uganda, en la ciudad de Kampala.

Además, **Delta** ha iniciado un acuerdo de códigos compartidos con Air Nigeria, lo que amplía aun más la presencia de **Delta** en África con el objetivo de ofrecer a sus clientes una excelente red de rutas en el continente. ☺



Algo del mundo de las Aerolíneas

## Acerca del Grupo Emirates

**E**l **Grupo Emirates** es una vasta organización con múltiples intereses empresariales en las industrias de la aviación, viajes, turismo y tiempo libre. Con más de 57.000 empleados en sus 50 unidades de negocio y empresas asociadas, el **Grupo Emirates** es uno de los mayores empleadores de la región y ofrece servicios especializados que abarcan prácticamente todos los ámbitos del mercado.



**Emirates** opera vuelos a 113 destinos en 66 países de Europa, Norteamérica, Sudamérica, Oriente Medio, África, el subcontinente indio y Asia-Pacífico.

Con sede en Dubai, cuenta con una flota de 153 aviones incluyendo 15 A380. España es su 25º destino europeo.

Otras áreas del **Grupo Emirates** incluyen Dnata, Mercator, Transguard y EmQuest Emirates SkyCargo, Destination & Leisure Management (D&LM), que gestiona Emirates Holidays, Arabian Adventures y Emirates Hotels & Resorts, y el programa de fidelización Skywards. ☺



# Se consolida como la mayor aerolínea del Brasil

*\* “Pasión por Volar” y “Excelencia en el Servicio” forman parte del ADN de TAM que inspira y guía sus iniciativas*

Fundada en 1976 con el compromiso de ofrecer al cliente servicios diferenciados de alta calidad y precios competitivos, **TAM Airlines** se ha convertido en la mayor aerolínea del Brasil y actualmente se consolida como una de las principales empresas del mercado mundial de aviación.

El reposicionamiento de la marca realizado en febrero de 2008, refleja este pensamiento. La compañía retorna a su esencia: la “Pasión por Volar” y “Excelencia en el Servicio” están en el ADN de **TAM**, inspiran y guían sus iniciativas.

En agosto de 2010, **LAN** y **TAM** firmaron un Memorandum de entendimiento no obligatorio (MoU) que perfila sus intenciones de combinar su propiedad bajo una sola entidad. El 19 de enero 2011, fueron suscritos acuerdos vinculativos entre las dos compañías y sus respectivos accionistas. El nombre del nuevo grupo será **LATAM Airlines Group**. Las compañías seguirán operando bajo sus certificados de operaciones y marcas. La transacción está todavía sujeta a las aprobaciones reguladoras.

El 29 de marzo de 2011, **TAM** firmó una carta de intenciones, sin ningún efecto vinculante, con la aerolínea **TRIP Linhas Aéreas**. El 13 de mayo de 2010, **TAM** completó el proceso de unión a **Star Alliance**.

**TAM** fue la primera aerolínea en Brasil que creó un programa de fidelidad. Desde que se lanzó en 1993, **TAM Fidelidade** ya ha distribuido 15 millones de pasajes por medio del canje de puntos y hoy en día posee más de 8,6 millones de asociados.

La compañía ha sido la primera línea aérea de las Américas en proporcionar el servicio de teléfono móvil a bordo.

Desde el segundo semestre de 2012, el servicio también estará implementado en 49 aeronaves de la flota internacional de la compañía. En estos aviones, también habrá disponible señal de Wi-Fi para acceder a Internet desde computadores portátiles, tablets y otros dispositivos compatibles. En total, 80 aeronaves de **TAM** serán equipadas con los servicios On Air en los próximos años.

Con más de 29.000 empleados, la empresa opera vuelos a 45 destinos en Brasil (incluyendo las operaciones de Pantanal, aerolínea regional del Grupo **TAM**). Gracias a acuerdos comerciales firmados con empresas regionales, **TAM Airlines** llega a 92 destinos diferentes en el país.

En el exterior se incluyen vuelos propios a 18 destinos: Nueva York, Orlando y Miami (EE.UU.), París (Francia), Londres (Reino Unido), Milán (Italia), Frankfurt (Alemania), Madrid (España), Buenos Aires (Argentina - Aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque), Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), Santiago (Chile), Asunción y Ciudad del Este (Paraguay), Montevideo (Uruguay), Lima (Perú), Caracas (Venezuela) y Bogotá (Colombia). **TAM** también posee acuerdos de codeshare que permiten compartir asientos en vuelos con empresas internacionales. Así, los pasajeros pueden viajar a otros 92 destinos internacionales.

Por medio de **TAM Airlines** (nuevo nombre de **TAM Mercosur**), alianza entre los accionistas de **TAM Airlines** y el gobierno paraguayo, la compañía ofrece además vuelos partiendo de Asunción a destinos en Argentina, en Bolivia, en Brasil, en Chile y en Paraguay. ☉





### Expansión global y debuta en Canadá con su primera llegada a Montreal

**E**l consejero delegado de **Qatar Airways**, Akbar Al Baker, ha afirmado que la llegada de la aerolínea al mercado canadiense ha significado un paso importante en la estrategia de expansión global, logrando cimentar el crecimiento de la aerolínea.

El lanzamiento de la esperada ruta directa entre el hub en Doha y Montreal –la segunda ciudad más grande de Canadá– “será el comienzo para volar a Canadá”.

Montreal es la octava nueva ruta que la aerolínea lanza en lo que va del año, teniendo en espera siete rutas adicionales que se incorporarán progresivamente hasta noviembre de 2011.

En una conferencia de prensa en Montreal, Al Baker reiteró el rápido ritmo con que la aerolínea está creciendo, sustentado en las nuevas rutas que se irán incorporando, en el incremento de las frecuencias y los pedidos adicionales de nuevos aviones, anuncio hecho en el Paris Air Show la semana pasada.

“**Qatar Airways** se ha posicionado estratégicamente como un conector global, transportando pasajeros a través de los continentes, de Oriente a Occidente, con comodidad y estilo, y con un servicio abordaje que, estoy

seguro, impresionará al mercado canadiense”.

La ruta Doha-Montreal es operada con su avión insignia de larga distancia Boeing 777-200, con una configuración de 42 asientos en *Clase Business* y 217 asientos en *Clase Económica*. Cada asiento ofrece un sistema de entretenimiento interactivo con una biblioteca de medios con más de 900 alternativas de audio y vídeo.

**Qatar Airways** ha comenzado a volar a los siguientes destinos: Medina (Arabia Saudí) el 14 de julio; Calcuta (India) el 27 de julio; Sofia (Bulgaria) el 14 de septiembre; Oslo (Noruega) el 5 de octubre, y próximamente lo hará a Entebbe (Uganda) el 2 de noviembre; y Bakú (Azerbaiyán) y Tbilisi (Georgia) el 30 de noviembre.

Vuela a más de 100 destinos de ocio y negocio a través de Europa, Oriente Medio, África, Pacífico Asiático, América del Norte y América del Sur, con una moderna flota de 98 aviones. En el Salón de Paris Air Show, **Qatar Airways** anunció la orden de compra de seis Boeing 777 adicionales.

El grupo de compañías de **Qatar Airways** incluye la división de jets corporativos, *Qatar Executive*, que opera con 4 nuevos aviones Bombardier de ensamblaje canadiense. ☉



### Volará a Chongqing, la mayor ciudad de China

\* *La compañía aérea se convierte en la primera en abrir una ruta directa entre Europa y este destino chino*

**A** partir de mayo de 2012, **Finnair** abrirá una nueva ruta directa a Chongqing, la ciudad de China con más rápido crecimiento del país. La nueva ruta es un paso lógico en la aplicación de la estrategia asiática de **Finnair**, ya que el objetivo de la compañía aérea es abrir rutas en mercados asiáticos emergentes y Chongqing, situada en el borde de la meseta tibetana, cuenta con 32 millones de habitantes y espera duplicar su población en los próximos cinco años. **Finnair** ya vuela a Pekín, Shanghai y Hong Kong con un total de 26 vuelos semanales.

El potencial del aeropuerto de Chongqing es enorme. Ya se han abierto 140 rutas a más de 80 ciudades en China y toda Asia. Cuando el proceso de expansión se complete, en el año 2015, Chongqing podrá recibir 45 millones de pasajeros al año, tanto en viajes de negocios como por turismo, ya que la ciudad ofrece interesantes atractivos históricos, está muy bien comunicada con Lhasa, Xian y Kunming y proporciona un cómodo acceso a los cruceros fluviales por los ríos Yangtsé y Jialing”.

**Finnair** volará a Chongqing cuatro veces por semana con un Airbus A340 y el tiempo de vuelo desde Helsinki será de ocho horas y media. Actualmente, **Finnair** ya vuela a diario desde Barcelona, Madrid y Málaga vía Helsinki a diez destinos en Asia: Pekín, Shanghai, Hong Kong, Tokio, Osaka, Nagoya, Seúl, Delhi, Bangkok y Singapur. ☉



## COMPañÍAS AÉREAS



### Lanza su nuevo 737 remotorizado con acuerdos con cinco aerolíneas por 496 aviones

- \* *El avión mejora la eficiencia y ofrece los costes operativos más bajos del mercado de aviones de pasillo único*
- \* *Abrumadora acogida de los clientes al nuevo avión*

**B**oeing aprobó el pasado agosto el lanzamiento de la nueva versión remotorizada del 737 con el respaldo de los acuerdos alcanzados con cinco aerolíneas por 496 aviones y un sólido plan de negocio.

El nuevo 737 estará dotado de motores LEAP-1B de CFM International que han sido optimizados para el 737. Tendrá los costes operativos más bajos del mercado de pasillo único,



un 7% menos que su competidor. Las entregas comenzarán en el 2017.

Si lo comparamos con una flota compuesta por 100 de los más eficientes aviones disponibles hoy en día, el nuevo modelo emitirá 277.000 toneladas menos de CO<sub>2</sub> y permitirá ahorrar cerca de 175 millones de libras de combustible por año, lo que se traduce en un ahorro de 85 millones de dólares. Se espera que el avión consuma un 16% menos de combustible que la oferta actual de nuestro competidor y un 4% menos que la futura.

El programa 737 Next-Generation ha ido mejorando de forma continua los productos y servicios para ofrecer más valor añadido a los clientes. Los 737 Next Generation de hoy en día son un 7% más eficientes que los primeros entregados en 1998. **Boeing** estima una demanda de más de 23.000 aviones en el segmento del 737 durante los próximos 20 años con un valor cercano a los 2 billones de dólares. ☺



### Colaboración con China Eastern

**C**hina Eastern Aerolíneas es la última aerolínea que se ha incorporado a la alianza aérea internacional *SkyTeam*. Con ello permitirá ampliar aun más las conexiones de *SkyTeam* en toda China. Así desde el pasado 1 de junio las dos aerolíneas empezaron a operar vuelos en código compartido, lo que ha permitido a **Delta** añadir 49 destinos más a su oferta de vuelos en la temporada de verano en la región de China.

Como parte de la estrategia de **Delta** en China, la aerolínea está operando un vuelo directo entre Detroit y Pekín desde el pasado 1 de julio. Los vuelos, con una frecuencia de 5 veces por semana, son operados con aviones Boeing 777-200 que incluyen los nuevos asientos-cama totalmente reclinables de la clase *BusinessElite*. ☺



### Hace un pedido de 100 aviones Boeing 737-900ER

- \* *Los nuevos aviones sustituirán a los aviones más antiguos de la red principal que dejarán de operar*
- \* *La aerolínea mantiene su política de austeridad y reduce costes*

**D**elta Air Lines (NYSE: DAL) ha anunciado adquirir 100 aviones Boeing 737-900ER, que se entregarán entre 2013 y 2018, con el fin de sustituir los aviones de la red principal más antiguos y modernizar su flota.

Este pedido permitirá a **Delta** incorporar a su flota 100 aviones de 180 plazas equipados con tecnología de vanguardia y que consumen menos combustible, y sustituir los aviones más antiguos que se retirarán de la flota, sin perder capacidad. Los nuevos aviones mejorarán la rentabilidad de la compañía y ofrecerán a los clientes una experiencia a bordo insuperable. Con una capacidad de vuelo de 3200 millas náuticas, el Boeing 737-900ER puede operar cualquier ruta de la red de **Delta** dentro de EEUU.

### Una inversión económicamente sólida

Las primeras entregas de aviones se producirán durante la segunda mitad de 2013. En 2013 se entregarán 12 aviones, de 2014 a 2017 se entregarán 19 aviones cada año, y los restantes 12 aviones se entregarán en el año 2018. Para cada avión se ha contratado un plan de financiación a largo plazo con condiciones ventajosas.

La envergadura y los plazos de entrega del pedido permitirán a **Delta** mantener sus previsiones de inversiones anuales en activo fijo entre 1200 y 1400 millones de dólares para los próximos 3 años y la inversión no afectará a los 1200 millones de dólares de inversiones en activo fijo que ha previsto la aerolínea para 2011. La política de austeridad es clave para que la compañía pueda conseguir su objetivo de tener una deuda neta ajustada de 10000 millones de dólares en 2013. ☺



## Invertirá más de 500 millones de euros adicionales en mejoras interiores de la flota

**United Continental Holdings** (NYSE: UAL) ha anunciado que invertirá más de quinientos millones de dólares en sus servicios de a bordo, lo que supone otro paso importante para convertirse en la compañía aérea líder. Estas mejoras incluyen:

- Más asientos-cama, en 62 aviones de largo recorrido, con lo que el número total de este tipo de plazas asciende a 185.
- El aumento del número de asientos en la clase *Economy Plus* (clase turista con espacio adicional y mayor confort) y la incorporación del Canal 9, audio control del tráfico aéreo en más de 300 aviones
- Duplicar, prácticamente, el espacio de almacenamiento superior en más de 150 aviones
- La instalación de banda ancha Wi-Fi avanzada en más de 200 aviones
- La introducción de la transmisión inalámbrica de vídeo a bordo de sus aviones 747-400
- La adaptación completa de su servicio *Premium*, con asientos cama, Economy Plus, audio y vídeo bajo demanda y Wi-Fi.

A estos y otros cambios previstos en los servicios se suman los 25 aviones nuevos -incluyendo el Boeing 787 Dreamliner- que la compañía sumará a su flota el año que viene. Cada una de las compañías, **United** y **Continental**, ha realizado importantes mejoras en los productos y servicios durante los últimos años y desde que las líneas aéreas finalizaron su fusión el 1 de octubre 2010. ☺

## Reanuda para el próximo invierno las rutas Barcelona-Cork, Alicante-Belfast y la nueva ruta Gran Canaria-Cork

**Aer Lingus**, Compañía Aérea Irlandesa, comenzará su nueva ruta directa desde Gran Canaria (LPA) a Cork (ORK) a partir del próximo 30 de Octubre. Asimismo, debido al buen funcionamiento durante el verano de las rutas de Alicante (ALC) a Belfast (BFS) y de Barcelona (BCN) a Cork (ORK), la compañía ha decidido la reanudación de las mismas para el próximo invierno. **Aer Lingus** operará en estas rutas con un A320, con 174 asientos en piel, para máximo confort de los pasajeros.

Con el inicio de la ruta Gran Canaria (LPA)-Cork (ORK) con una frecuencia semanal y uniéndose a las ya existentes rutas Lanzarote-Cork (3 frecuencias semanales) y Tenerife-Cork (2 frecuencias semanales) se elevarán a 6 el número de vuelos semanales desde Canarias a Cork, completando un total de 25 frecuencias semanales desde las Islas Canarias a Irlanda.

La red de **Aer Lingus** en el resto de España sigue creciendo en tamaño y en importancia: el programa de vuelos de **Aer Lingus** en 2012 incluye 21 rutas y hasta 88 vuelos semanales a través de doce aeropuertos españoles en la red de rutas de la compañía: Madrid, Barcelona, Alicante, Málaga, Bilbao, Santiago de Compostela, Ibiza, Palma de Mallorca, Lanzarote, Gran Canaria, Fuerteventura y Tenerife. ☺



## Amplía sus operaciones en China

**TAM Airlines**, ha comenzado las operaciones comerciales con sede en Beijing, China. Con la expansión de sus operaciones en ese país, la empresa continúa con su estrategia de buscar nuevos pasajeros en el mercado asiático a través de una política comercial dirigida a esta región.

El objetivo de la compañía es ofrecer sus servicios al mercado chino, el fortalecimiento de la relación con los agentes de viajes y los clientes del país.

Desde 2009, la compañía opera vuelos de código compartido con Air China, su socio de **Star Alliance**, que une Beijing y Sao Paulo (vía Madrid). En febrero de este año, **TAM Airlines** inauguró su oficina administrativa y de negocios en Asia, que se encuentra en Hong Kong. Este es el tercer back office de la compañía, similar a los modelos ya establecidos en Madrid y Miami, proporcionando soporte técnico y comercial para toda la red de agencias de viajes y representantes de la compañía en el continente. ☺



## Beneficios de 1.561 Euros en el 1º semestre de 2011

- \* *Crecen los pasajeros (+5,7%) y los ingresos (+7%)*
- \* *Mejora la calidad del servicio (puntualidad de los vuelos al 88%)*

En el semestre concluido el 30 de junio de 2011, el Grupo **Alitalia** transportó 11,2 millones de pasajeros (+5,7% respecto al primer semestre de 2010) con un importante incremento en el segundo trimestre (+8,8% Vs. 2010). El factor de ocupación ha sido del 68%, en línea con el resultado del mismo periodo del pasado año.

Los beneficios del periodo han sido de 1.561 millones de € con un incremento del 7% respecto al primer semestre de 2010 (1.459 ml. €).

Al 30 de junio, los empleados de **Alitalia** eran 14.448, con un crecimiento respecto al pasado 2010 de 195 personas, 150 de ellos entre pilotos y auxiliares de vuelo.

La flota operativa estaba compuesta de 150 aviones. La entrada de 27 nuevos aviones entregados a partir del 2009 (4

Airbus A330, 22 nuevos Airbus A320 y 1 Airbus A319) ha reducido a 8,9 años la edad media de la flota, a día de hoy entre las más jóvenes de Europa.

El plan de renovación de la flota proseguirá en el segundo semestre del año con la entrega de 10 nuevos aviones (1 Airbus A330, 4 Airbus A319 y los 5 primeros Embraer E-jets previstos por el programa de renovación y desarrollo de la flota regional), mientras que han sido ya concluidos los preliminares para la completa renovación del interior de los 10 Boeing B777 de largo recorrido, que para mayo de 2012 dispondrán de las mismas butacas y clases de viaje de los nuevos Airbus A330.

En el semestre de este año **Alitalia** ha inaugurado 10 nuevas rutas de las cuales 2 están operadas por **Air One Smart Carrier**. Los dos nuevos destinos intercontinentales de Rio de Janeiro y de Pekín (que ha supuesto la reanudación del operativo de **Alitalia** en China), disponibles desde el 1 de junio, han registrando tasas de ocupación del 89% y del 76% respectivamente durante la temporada de verano.

Prosigue positivamente la alianza con **Air France-KLM**, con la que, en su segundo año, ya se ha alcanzado el target de sinergia previsto para los 3 primeros años. Dicho resultado es el preludio de posteriores áreas de colaboración, tanto de carácter comercial como industrial.



## Volará a Roma con el A380



**Emirates**, ha anunciado que Roma será el próximo destino en la lista de ciudades a las que vuela con su buque insignia, el A380. El servicio diario con el A380 empezará a operar el 1 de diciembre de 2011.

Con 15 A380 en su flota en estos momentos, **Emirates** es el mayor operador de este avión de dos pisos respetuoso con el medio ambiente, con el que opera vuelos de Dubái a Londres Heathrow (dos veces diarias), Manchester, París Charles de Gaulle, Toronto, Seúl, Bangkok, Pekín, Shanghái, Jiddah, Nueva York, Hong Kong, Sidney y Auckland.

Desde el 1 de octubre de 2011, el A380 vuela a Johannesburgo seguido de Kuala Lumpur a partir del 1 de Diciembre, y a partir del 1 de Enero de 2012 el A380 se empleará en la ruta a Múnic.

## AL VUELO

► **Thai Airways International Public Company Limited** (Thai) ha firmado un contrato con Airbus para la adquisición de cuatro aviones A350-900 y cinco A320, convirtiéndose en nuevo operador de ambos modelos. Esta adquisición forma parte del programa de modernización de la flota de la aerolínea. El A350 XWB dará servicio a las rutas de larga distancia a Europa mientras que el A320 operará las rutas domésticas y regionales. La aerolínea adquirirá paralelamente ocho A350-900 y seis A320 en régimen de arrendamiento financiero.

► **Garuda Indonesia** ha confirmado la adquisición de 25 aviones de la Familia A350 de Airbus tras el Acuerdo de Intenciones firmado durante el Salón Aeronáutico de París, el pasado mes de junio. Con esta adquisición, **Garuda Indonesia** se convierte en el nuevo cliente de la Familia A320. El pedido incluye 15 A320 y 10 A320neo que serán operados por su filial de bajo coste Citilink. La elección del tipo de motor se realizará más adelante.

► **Swiss International Air Lines** ofrecerá un nuevo servicio diario directo entre Zúrich y Pekín a partir de febrero de 2012. Además, **Swiss** aumentará su capacidad hacia el Atlántico Norte a partir del verano del 2012, utilizando para la ruta Zúrich-Newark un avión propio de mayor tamaño. Así mismo, **Swiss** incrementará sus servicios desde Ginebra, aumentando frecuencias a Madrid, Moscú y Londres (City Airport) y añadiendo Niza a su red.

► **South African Airways**, a partir del 1 de octubre, comienza sus operaciones a Ndola (Angola), y a partir del 31 de octubre a Bujumbura (Burundi), Kigali (Ruanda) y Cotonou (Benin). Estas nuevas rutas corresponden a la estrategia de expansión de **SAA** de las rutas con mayor volumen y las más demandadas. Con estas rutas de turismo y viajes corporativos, **SAA** reforzará el destino estrella Johannesburgo, consolidándolo como el punto de partida para todo el pasajero que realice viajes tanto internacionales como regionales dentro de África.

► **Monarch**, ha lanzado nuevos vuelos regulares desde Barcelona al aeropuerto de Londres Gatwick- ofreciendo un excelente acceso a la capital. Los nuevos vuelos regulares de **Monarch** entre Barcelona y Gatwick operarán diariamente desde el 21 de octubre 2011, incrementándose a 11 vuelos semanales desde el 30 de Octubre 2011. Estos vuelos se sumarán a los ya existentes diarios a Manchester.

► **El presidente de Iberia** y de International Airlines Group (IAG), Antonio Vázquez, ha sido nombrado miembro del Comité ejecutivo del *TransAtlantic Business Dialogue*. El TABD es el foro oficial de debate entre las empresas con presencia transatlántica, representantes del gobierno estadounidense y comisarios de la Unión Europea.

Este foro, que cuenta con la participación de presidentes y consejeros delegados de las principales compañías norteamericanas y europeas, trata cuestiones relativas a los intercambios comerciales transatlánticos y plantea recomendaciones a los gobiernos de EE.UU. y de la UE en este ámbito.



## Su hub de Mallorca continúa siendo uno de los principales pilares estratégicos

*El invierno estará marcado por el programa de eficacia "Shape & Size" Gran éxito con el "Canarias Shuttle" durante la temporada de invierno*

*El acuerdo de código compartido con Iberia refuerza la presencia de airberlin en Madrid además de operar en Barajas desde la T4*

**D**urante los primeros ocho meses de este año, **airberlin** (incluido NIKI) ha obtenido un resultado positivo en los trayectos desde y a Palma de Mallorca con un crecimiento del 11% en comparación con el periodo correspondiente del año anterior. Excelentes resultados se han obtenido en el mes de julio, en particular, alcanzando una ocupación del 95,2% en los vuelos de Mallorca a Alemania. El buen balance estival demuestra también la consolidación de la nueva estructura de hub establecida por **airberlin** hace ya un año en el aeropuerto de Son Sant Joan. Es más, el número de conexiones que permite el hub en este aeropuerto, ha aumentado en comparación con el verano del año pasado en un 15% (2010: 5.236, 2011: 5.938).

El desarrollo positivo en España durante los primeros ocho meses del año tendrá que afrontar los recortes en la red de trayectos en el periodo invernal 2011/12. Especialmente afectados estarán los vuelos **nonstop** desde España a Alemania, Austria y Suiza, y, de manera limitada, también las conexiones del hub de Palma de Mallorca. La nueva tasa de tráfico aéreo que se aplica a los vuelos que parten de Alemania, el aumento del precio



del queroseno, y el descenso de los vuelos a Egipto han llevado a **airberlin** a adoptar el programa "Shape & Size", un amplio paquete de medidas que incluye la disminución de la capacidad en más de un millón de asientos en el segundo semestre del año 2011, y la reducción de la flota en ocho aviones, la cancelación de rutas, la reducción de frecuencias, y la supresión de algunos aeropuertos regionales en Alemania. **airberlin** va a concentrar su actividad en los hubs de Berlín, Düsseldorf, Palma de Mallorca y Viena. De esta manera, el número de destinos que ofrece permanece en buena medida estable en comparación con el invierno anterior.

En la temporada de invierno, **airberlin** reduce la capacidad en el aeropuerto de Palma de Mallorca en un 20 % en comparación con el 2010. y se suspende la conexión entre Palma de Mallorca y Karlsruhe/Baden-Baden y Palma de Mallorca a Basilea y Dresde durante los meses de noviembre hasta enero, retornando a partir de febrero. Erfurt y Murcia dejan de operar. Se reducen las frecuencias de los trayectos domésticos

a través de Palma de Mallorca, así como los vuelos desde Mallorca a Faro, Lisboa y Oporto. También reduce vuelos directos a Alemania, Austria y Suiza desde Alicante, Jerez de la Frontera y Málaga.

### Gran éxito con el inicio del "Canarias Shuttle" durante la temporada de invierno

En la temporada de invierno de 2011/2012 **airberlin** pone s un total de 30 vuelos directos adicionales desde un gran número de aeropuertos alemanes con destino Fuerteventura, Lanzarote, La Palma, Gran Canaria, así como el sur de Tenerife, con una capacidad adicional de 290.000 plazas.

### El acuerdo del código compartido con Iberia refuerza la presencia de airberlin en Madrid - traslado a la Terminal 4

En junio de 2010 **airberlin** hizo público su adhesión a la alianza de líneas aéreas **oneworld**. Antes de convertirse en miembro oficial, previsto para inicios de 2012, **airberlin** refuerza la cooperación con sus futuros socios de la alianza a través de acuerdos de código compartido. Desde julio de 2011, el convenio con Iberia, mejoran las conexiones desde y hacia Madrid, otra de las novedades es que en el código compartido se incluyen también los trayectos de **airberlin** desde Barcelona a Berlín, Düsseldorf, Hamburgo y Stuttgart. Desde el pasado 1 de septiembre, **airberlin** utiliza la Terminal 4 de Madrid-Barajas. ☺



transavia.com

## Fuerte crecimiento en España

\* *La aerolínea holandesa de bajo coste ha lanzado 4 nuevas rutas y registra un crecimiento del 40%*

**E**n el primer trimestre de su año financiero 2011 (abril-junio) **transavia.com** registro una expansión y un fuerte crecimiento en España. En este periodo transportó unos 410.000 pasajeros en sus rutas entre España y Holanda, lo que significa un incremento de 115.000 pasajeros, casi el 40% (39%) más, respecto al mismo periodo del año anterior.

### La importancia de España para transavia.com

En el primer trimestre del año, **transavia.com** ha lanzado 4 nuevas rutas entre España y Holanda: Madrid-Rotterdam, Barcelona-Eindhoven, Ibiza-Eindhoven y Palma de Mallorca-Eindhoven. Estas 4 nuevas rutas se suman a las ya muy consolidadas con origen en Málaga, Alicante, Islas Canarias, Baleares y Valencia, donde **transavia.com**, con su vuelo diario Valencia-Ámsterdam, ofrece el único vuelo directo a Holanda desde la capital del Turia con excelentes resultados: la ruta Valencia-Ámsterdam generó en

el primer trimestre unos 24.000 pasajeros, el 25% más que en el mismo periodo del año anterior.

Dos de las nuevas rutas más destacables son indudablemente la renovada presencia de **transavia.com** en Madrid con su vuelo diario a Rotterdam-La Haya y la nueva ruta entre Barcelona y Eindhoven, que ya goza de una envidiable tasa de ocupación superior al 90%. Cabe destacar también el crecimiento general desde Cataluña; allí **transavia.com** opera 5 rutas entre Cataluña y Holanda –más que ninguna otra compañía–, con unos 140.000 pasajeros en el primer trimestre de 2011, lo que representa un crecimiento de casi el 60%. ●



LAN 

## Lleva a cabo la mayor renovación de flota de su historia

**L**AN será la primera aerolínea en Latinoamérica en incorporar el Boeing 787 a su flota. Esta operación contempla 32 aeronaves y tiene un valor de 3.500 millones de dólares. Además la compañía aérea ha firmado una orden de compra de 20 modernas y eco-eficientes aeronaves Airbus 320neo que serán entregadas entre 2017 y 2018 y que supondrá una inversión de 1.700 millones de dólares.

**LAN Airlines** anunció en el pasado Salón Aeronáutico de París, la renovación de flota más importante de su historia. Recibirá 32 Boeing 787 a partir del segundo trimestre de 2012 gracias a una operación que asciende a 3.500 millones de dólares y ya ha firmado un acuerdo de compra de 20 aviones de Airbus 320neo. Esta segunda operación supondrá una inversión adicional de 1.700 millones de dólares. ●



## Vuela directo de Bangkok a Bruselas

**T**hai Airways Internacional ha anunciado el lanzamiento de su vuelo directo entre Bangkok y Bruselas. El trayecto se realizará en un Boeing 777-220 ER tres veces a la semana. El servicio comenzará el próximo 17 de noviembre.

El vuelo TG 934 saldrá de Bangkok los martes, jueves y sábados y el vuelo TG 935, de vuelta, saldrá de Bruselas el mismo día. El tiempo total del vuelo es de 12.30 h. Con este nuevo vuelo, la compañía cuenta con 72 destinos. ●





## El tráfico aéreo mundial creció un 5,9 por ciento en julio impulsado por la temporada estival

El tráfico aéreo mundial de pasajeros registró en ese mes un crecimiento del 5,9% con respecto a igual período de 2010, informó la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), que añadió que en cambio el tráfico de carga retrocedió un 0,4%, con lo que prosigue su tendencia al estancamiento y se confirma que la debilidad del comercio mundial ya está teniendo repercusión en este sector.

Las aerolíneas latinoamericanas fueron las que registraron un mejor rendimiento, con un crecimiento del tráfico aéreo del 10,3% en julio respecto al mismo mes del año anterior, y tras un incremento medio de capacidad del 7,2%, que impulsó el factor de ocupación al 82,6% en la región. Este crecimiento se sostuvo por el empuje de las economías regionales y la liberación de los mercados, consideró la IATA.

En cambio en Europa, si bien la crisis de la deuda continúa arrojando incertidumbre sobre el panorama económico, las aerolíneas se están beneficiando de una "fuerte expansión" de la demanda

interna y del cambio de moneda. El tráfico de vuelos en ese continente aumentó un 9,3% en el mes en análisis, con un incremento del 8,9% de la capacidad. El factor de ocupación se situó en el 85,1%, porcentaje solo superado por las compañías norteamericanas.

En Oriente Medio, la demanda se incrementó un 9,7% en julio, por encima de la oferta, que creció un 8,9%, y el factor de ocupación se situó en el 81,4%. Por su parte, las compañías africanas experimentaron un alza del 6,6% en el tráfico aéreo, frente al aumento del 4,9% de la oferta. El factor de ocupación en la región alcanzó el 73,1%.

Sin embargo, el resultado más preocupante de este mes lo aportó la zona de Asia-Pacífico, con un panorama económico que la IATA calificó de "decepcionante" y que según consideró podría frenar el tráfico aéreo en la región. La demanda allí creció un 4,9% en julio, por debajo del incremento de la oferta (+5,8%), con un coeficiente de ocupación del 80,2%.

Incidieron en estas cifras, en lo fun-

damental, la debilidad que vive Japón como mercado tras el terremoto y el tsunami que afectaron severamente a ese país, y un crecimiento más lento que se reporta en China. Esta coyuntura ha obligado a las aerolíneas asiáticas a ajustar sus negocios y planes de expansión, una situación que debe mantenerse en los próximos meses, concluyó la patronal del sector aéreo. ●



**Nuevo Teléfono de Emirates**

Para conocimiento de nuestros lectores, informamos que **Emirates** al efectuar el cambio de su dirección en Madrid, también a cambiado el número de teléfono, siendo actualmente **el 91.399.2347**, y no el que apareció en nuestro directorio en el pasado mes de Mayo/Junio, y que ya también está actualizado en dicho Directorio en nuestra web: [www.tatrevista.com/directorio](http://www.tatrevista.com/directorio)

## Sonríe, eres ¡Madrid!, nueva campaña de turismo de la capital de España



*\* En la última encuesta de satisfacción del Patronato de Turismo la capital saca muy buenas notas: un 8,33 sobre 10. Un 85,4% de visitantes no dudarían en recomendar la ciudad y un 82,4% quiere repetir la experiencia*

Una sonrisa. Esa es quizá la imagen de la proverbial hospitalidad de la Ciudad de Madrid. Y esa es precisamente el logo elegido para la campaña del Patronato de Turismo de cara a la celebración de la Semana Mundial del Turismo entre los días 26 de septiembre y 2 de octubre, en la que se enmarcó el Día Mundial del Turismo que, por acuerdo de la Asamblea de las Naciones Unidas, tiene lugar el día 27. Fue el delegado de Economía, Empleo y Participación Ciudadana, Miguel Ángel Villanueva, quien ha presentado la iniciativa, que se escribe con el lema Sonríe eres ¡Madrid!, en la plaza del Callao. "La gente de Madrid atrae al turista –constató el delegado– y ese es nuestro principal activo. Con esta campaña recordamos a todos los madrileños la necesidad de ofrecer nuestra mejor cara al turismo, la mejor de nuestras sonrisas".

Está dirigida a los trabajadores del sector turístico madrileño y a los ciudadanos en general y pretende sensibilizar a la sociedad de la trascendencia que tiene este sector para la capital como generador de ingresos, empleo y elemento conservador del patrimonio cultural. "El turismo –ha incidido Villanueva– es uno de los pilares de la economía de Madrid, aportando casi el 9% del

PIB de la ciudad y empleando directa e indirectamente a más de 180.000 personas".

En los últimos doce meses la capital ha recibido más de 9,1 millones de turistas, un 6,84% más que en los doce meses anteriores, y el turismo extranjero acumula en lo que va de 2011 un incremento del 11%. "Creemos que Madrid tiene recorrido para seguir creciendo y mejorando el efecto del turismo", aseguró el delegado con la seguridad que aportan además los resultados de la última encuesta de satisfacción realizada por el Patronato de Turismo, en la que la capital saca muy buenas notas: un 8,33 sobre 10, con además un 85,4% de visitantes que no dudarían en recomendar la ciudad como destino y un 82,4% que quiere repetir la experiencia.

Hasta el 2 de octubre, el logo de la campaña se proyectó en distintos puntos de la ciudad.

Los informadores turísticos del Patronato explicaron por qué Madrid es la "Capital Mundial del Turismo", al ser ciudad sede de la Organización Mundial del Turismo (OMT), agencia especializada de Naciones Unidas para la promoción y desarrollo global de un turismo responsable, sostenible y accesible. ●

# SITA

## Lanza los primeros servicios Cloud para la industria del transporte aéreo

\* *Construida de forma conjunta con Orange Business Services, la plataforma global ATI Cloud ofrece flexibilidad, seguridad y ahorro de costes*

**S**ITA ha anunciado la disponibilidad de **SITA DaaS** (Desktop-as-a-Service), el primer servicio "en la nube" para la industria de transporte aéreo enmarcado en su oferta global *ATI Cloud* (Air Transport Industry Cloud).

**SITA DaaS** permitirá a las aerolíneas y los aeropuertos acceder a aplicaciones, programas, procesos y datos en la nube de forma sencilla y eficiente en cualquier momento y lugar, sin necesidad de instalar ningún hardware local y con independencia del dispositivo utilizado, ya se trate de tablets, smart phones o PCs.

gestionada a través de seis centros de datos de Nivel III y Nivel IV ubicados en cinco continentes e interconectados de forma transparente mediante la red MPLS de alta velocidad de Orange.

Cada uno de los data centers -Atlanta, Frankfurt, Johannesburgo, Singapur, Hong Kong y Sidney- cubrirá su zona geográfica de influencia y tanto **SITA** como Orange Business Services ofrecerán su propio porfolio de servicios Cloud flexibles, seguros y gestionados bajo demanda, incluyendo Infraestructura como Servicio (IaaS, Infrastructure as-a-Service) Plataforma como Servicio (PaaS, Platform as-a-Service), Escritorio como Servicio (DaaS, Desktop as-a-Service) y Software como Servicio (SaaS, Software as-a-Service).

### Beneficios inmediatos

*ATI Cloud* ha sido diseñado para responder a las demandas de la industria del transporte aéreo a escala mundial mediante servicios Cloud Computing de alto rendimiento, de forma que los aeropuertos y aerolíneas que adopten el primer servicio **SITA DaaS** optimizarán inmediatamente sus operaciones en términos de agilidad, eficiencia y ahorro de costes.

Las conexiones de red entre los centros de datos se han blindado con los máximos niveles de protección contra todo tipo de amenazas, garantizando a su vez un servicio de alta fiabilidad mediante conexiones redundantes, tolerancia a fallos y redireccionamiento inteligente basado en la red para transferir el tráfico en caso de interrupciones.

**SITA DaaS** está ya disponible con más de 30 aplicaciones certificadas por los clientes, incluyendo el sistema de gestión de pasajeros Horizon y el Cliente SITATEX, la aplicación de correo operativo de Tipo B utilizada por 2.300 clientes de todo el mundo. ☉



**AIRBUS**

## CAS / ICBC LEASING DE CHINA

## Adquieren 88 aviones de la Familia A320 de Airbus

**C**hina Aviation Supplies Holding Company (CAS) y la empresa de leasing **ICBC Financial Leasing Co., Ltd.** (ICBC Leasing) han firmado sendos acuerdos con Airbus para la adquisición de 88 aviones de la Familia A320.

"Los aviones de pasillo único de Airbus han sido un elemento clave en el rápido crecimiento del transporte aéreo chino desde la incorporación de la Familia A320 en 1995. Gracias a su alta fiabilidad y bajos costes operacionales, gozan de una gran popularidad entre las aerolíneas chinas. El rendimiento eco-eficiente de la Familia A320 seguirá contribuyendo al desarrollo del transporte aéreo civil en China", declaró Li Hai, presidente de **CAS**.

En China se encuentran volando (mayo de 2011) 575 aviones de la Familia A320 en 13 aerolíneas chinas. ☉



Así por ejemplo, una aerolínea podrá proporcionar a sus tripulaciones listas, e-mail y diversas aplicaciones corporativas albergadas en la nube y accesibles desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, en lugar de tener que facilitarles portátiles o PCs con los programas instalados de forma individual.

### Infraestructura global

Para construir este completo entorno *Cloud global* y de alto rendimiento, **SITA** ha unido sus fuerzas con Orange Business Services, proveedor líder de servicios de comunicaciones integradas a escala mundial. *ATI Cloud* se basa así en una infraestructura global

# Casi 23 millones de pasajeros utilizaron la red de Aena Aeropuertos en agosto, un 4,6% más que el año pasado

\* Destacan los incrementos de Barcelona-El Prat (19,1%), Sevilla (17,9%), Santander (15,7%), Tenerife Sur (13,1%), Santiago (12,3%) y Gran Canaria (12%)

\* Entre enero y agosto se han registrado 139 millones de pasajeros, un 7,3% más que el año anterior



El número de pasajeros de la red de Aena Aeropuertos siguió aumentando en el mes de agosto hasta alcanzar 22,8 millones, un 4,6% más que en el mismo mes del año anterior.

Destacan los incrementos de pasajeros registrados el pasado mes en los aeropuertos de Barcelona-El Prat (19%), Sevilla (18%), Santander (16%), Tenerife Sur (13%), Santiago (12%) y Gran Canaria (12%). En los ocho primeros meses de 2011 más de 139 millones de pasajeros utilizaron la red de Aena Aeropuertos, un 7,3% más que entre enero y agosto de 2010.

El número de operaciones registradas en agosto se mantuvo prácticamente estable -208.413 movimientos, un 0,2% más que en el mismo mes del año anterior- lo que supone que el índice de ocupación de las aeronaves fue superior. En los ocho primeros meses de 2011 los movimientos registrados superaron el millón (1.463.984), un 1,7% más que entre enero y agosto del año anterior.



## PASAJEROS

Del total de pasajeros que utilizó las instalaciones de Aena Aeropuertos en agosto, 22.746.479 correspondieron a vuelos comerciales y, de ellos, 15.017.418 a vuelos internacionales y 7.729.061 a nacionales.

El Aeropuerto de Madrid-Barajas 4.775.0269, y Barcelona-El Prat 3.623.889, los aeropuertos que registraron más pasajeros en agosto, les siguen Palma

de Mallorca 3.464.972, Málaga-Costa del Sol 1.531.787, Alicante 1.164.950, Ibiza 1.136.135, Gran Canaria 883.026, y Tenerife Sur 732.739.

## OPERACIONES

De 208.413 operaciones registradas en agosto, 184.666 fueron comerciales de las que 104.189 fueron internacionales

les y 80.477 tuvieron carácter nacional. Respecto al tipo de vuelo, 162.237 fueron operaciones regulares y 20.269, chárter.

Madrid-Barajas continúa siendo el que registra más movimientos del conjunto de la red, con 36.770 vuelos, seguido de Barcelona-El Prat 27.542, Palma de Mallorca 24.039, Málaga-Costa del Sol 11.874, Ibiza 11.295, Gran Canaria 9.212, y Alicante 8.224. ☺



## Blindan los Duty Free de Aldeasa hasta 2012

La liberación de los *duty free* en los aeropuertos españoles tendrá que esperar, una vez más. El consejo de administración de Aena decidió ampliar hasta el 31 de diciembre de 2012 los contratos de las tiendas libres de impuestos de 14 centros que están en manos de Aldeasa, la filial de Autogrill y que finalizaron el 31 de diciembre del pasado año.

Este negocio genera unos ingresos de 300 millones de euros al año para Aldeasa, un 58% de las ventas totales del negocio aeroportuario en España.

Esta decisión supone un varapalo para los rivales de la compañía española, ya que querían pujar por este productivo negocio. ☺



## La privatización puede esperar

**Debido a la urgencia que al parecer ha tomado el ministerio de Fomento y Aena, en la privatización de los aeropuertos de Barajas y El Prat y los comentarios que se están publicando en medios de comunicación, creemos oportunos publicar el siguiente comunicado remitido por Asociación de Líneas Aéreas (ALA).**



cios, las compañías aéreas, a través de las Tasas y los Precios, tendrán que generar el margen empresarial de los entrantes, y al mismo tiempo amortizar las pérdidas de los aeropuertos que no se privaticen.

Es decir, tendrán que pagar más en un entorno tan difícil como el que están viviendo, tanto por la contracción del Mercado como por los precios del Combustible, y por la política de unos ferrocarriles subvencionados, al menos en sus costes de infraestructura, en corredores que compiten directamente con el transporte aéreo.

Este mismo año, las compañías aéreas y sus pasajeros, han debido asumir incrementos de tasas aeroportuarias que triplican, y aún más, el I.P.C. anual; en Barajas han supuesto el 17%, y en El Prat 12%; y cuando la historia reciente nos describe una docena de fracasos empresariales, con una gran incidencia sobre los ciudadanos, parece que es necesario reflexionar sobre la oportunidad y el coste de las alternativas.

Creemos que los periodos electorales son más para la propuesta de modelos, que para la ejecución de proyectos, sobre todo si han sido decididos de forma, en nuestra opinión, precipitada y poco explicada, sin que figurase en el Programa de Gobierno y al final de una legislatura, con la paradoja de que los responsables de ejecutarlos pueden estar fuera de la gestión, incluso antes de que concluya el proceso.

Por ello pensamos que lo más prudente sería aplazar las decisiones –la privatización puede esperar– a la culminación del proceso electoral, y a que el nuevo gobierno que debe constituirse a partir de esas elecciones, tome las decisiones de acuerdo con su Programa Electoral sobre esta materia. ○



**L**a privatización no solo representa un cambio de gestión, sino también un cambio de modelo, y eso requiere niveles de consenso relevantes entre todos los implicados sean políticos o empresarios

*Los incrementos desproporcionados de las tasas y de los precios paralizan las opciones de crecimiento de las compañías aéreas*

La Asociación de Líneas Aéreas, que agrupa a más de cincuenta compañías operadoras en los aeropuertos españoles, considera que las discrepancias entre el partido del Gobierno y el de la Oposición con respecto a la privatización de la gestión en los aeropuertos españoles, a menos de dos meses de las Elecciones Generales, constituyen un nuevo motivo de incertidumbre para la actividad del transporte aéreo en España. Y es que tomar decisiones trascendentes, no consensuadas y en el final de la legislatura, para una actividad esencial como es la del transporte aéreo, no parece que sea lo más conveniente.

En bastantes ocasiones, y en múltiples foros, hemos manifestado nuestra opinión de que lo relevante no es la titularidad pública o privada de los aeropuertos, sino la eficiencia de la gestión que se realice desde cualquiera de esos ámbitos. La cadena de valor del transporte aéreo ha

seguido procesos de privatización desiguales, y mientras las compañías aéreas lo hicieron hace ya bastantes años, dando lugar a situaciones de Competencia y de Mercado en línea con la mayoría de actividades económicas, no ocurrió lo mismo con la gestión de la navegación, la de los aeropuertos, y otros más.

Naturalmente creemos en la gestión privada de cualquier actividad, pero no olvidamos que los aeropuertos son “monopolios naturales”, y que esa condición puede dar lugar a situaciones que impidan el normal desarrollo de la Competencia y del Mercado que deseamos alcanzar. Conocer pues las reglas del juego, es una aspiración de las compañías aéreas, que se convierte en una necesidad para determinar sus estrategias de futuro. No conocerlas, o vislumbrar un resultado de mayores costes operativos, origina planes de negocio “a la expectativa” que generalmente suponen reducciones de producción y pérdida de oportunidades para todos.

Constatar que una gran parte de los aeropuertos españoles es deficitaria y que algunos son manifiestamente inviables, nos sitúa ante una realidad difícil de asimilar. Si se privatizan los que tienen benefi-

# **(Fitur) 2012**

**Feria Internacional de Turismo**

**18-22 ENERO**

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

**Su viaje al éxito empieza aquí**

**En la primera y más rentable  
feria de turismo, líder del  
mercado iberoamericano**

**Los datos nos avalan:**

- 10.434 empresas expositoras
- 209.260 participantes
- 7.726 periodistas acreditados

**JMJ 2011  
MADRID**

MIEMBRO DE:



ORGANIZA



TU ENCUENTRO

**REPORTAJE**

# Viaje a la Provence **Marsella y Arles**

**Marsella será Capital Europea  
de la Cultura en 2013,  
Arles Patrimonio Mundial de la  
Humanidad celebra su  
30 Aniversario**





**D**urante mi breve viaje a Provence he podido visitar y conocer dos ciudades de esta región francesa, quizás la tierra más amada por los grandes maestros del contemporáneo, sobre todo por su naturaleza, que ofrece paisajes de extraordinaria sugestión tanto los marítimos como los montañosos.

La llegada desde Madrid fue a Marsella, capital de la región, es la segunda ciudad de Francia, con 860.000 habitantes aproximadamente. Y una de las más importantes del Mediterráneo, así como el primer puerto del país en cruceros y carga. Se encuentra situada al fondo de una amplia bahía del Golfo de León, a los pies de las blancas colinas calcáreas de la cadena de l'Etoile.

El núcleo antiguo ha sido el que he visitado principalmente ya que el tiempo de permanencia en la ciudad ha sido muy corta, escasamente un día.

Marsella (Marsalia) fue fundada por los franceses en el siglo VI a.C. y colonizada por navegantes griegos. Hasta en 1481 no pasó a la corona francesa, después de haber vivido periodos de gran prosperidad. Fue

castigada por Cesar por su alianza con Pompeya durante las guerras civiles romanas, devastada por los visigodos y los Francos, resurgiendo en la época de las Cruzadas (siglos XII-XVI) y fue republica libre pudiendo competir en Oriente con Génova y Venecia.

Mi primera visita fue a la Basilica de Notre Dame de la Garde (Nuestra Señora de la Guardia), domina la parte meridional del puerto desde un cerro rocoso a 162 metros de altura, donde anteriormente se erigió un fuerte del siglo XVI. Fue construida entre 1853 y 1870. Su estilo románico bizantino, se compone de una iglesia baja o cripta, excavada en la roca y una iglesia alta, el santuario, con bandas horizontales blancas, verdes y rojas. El campanario de 12,5 metros de altura sobre el que se encuentra la estatua de la virgen con el niño de una altura de 9,72 m. (el peso de la estatua es de 9.796 kg.), que domina la ciudad, desde donde su puede apreciar un panorama urbano de toda la ciudad, el mar y las islas del Frio y el Castillo de If, y una extensión de costa y el viejo puerto.

La Basilica en su altar mayor se

alza una estatua de la virgen con su hijo, realizada en plata por Chanuel, contiene mosaicos muy bellos y numerosos exvotos (cuadros, barcos, aviones, placas, etc.) que son los testimonios de la fe y el agradecimiento de los fieles de la ciudad y de los peregrinos.

Como ya he indicado el tiempo ha sido muy corto pero ha valido la pena ya que pude disfrutar de un recorrido a pie para visitar el puerto viejo y el casco antiguo de Marsella, *le Panier*.

El puerto viejo situado en el centro de la ciudad se ha convertido en puerto deportivo y pesquero, pudiendo apreciar su gran extensión y los cientos de embarcaciones deportivas que en el se amarran. Guardan el acceso dos fuertes, construidos en la segunda mitad del siglo XVII, al norte el fuerte St. Jean y al sur el fuerte de St. Nicolas, cuya ciudadela, en la parte alta tiene forma de estrella.

A lo largo de los muelles un gran paseo marítimo donde se encuentran los "bistrots" y restaurantes donde se puede degustar la excelente gastronomía Marsellesa y la típica sopa bullabesa (imposible de

Arles: Catedral, Ayuntamiento y patio del Ayuntamiento.





**Vista de Marsella desde la Basílica.**

comerse la porción que te ofrece el chef).

Debo resaltar que la ciudad es la más antigua de Francia fundada en el siglo VI antes de nuestra era por lo que cuenta con un patrimonio correspondiente a sus 2.600 años de historia. Por ello su casco antiguo, ciudad vieja, es muy rico y con interesantes edificios, calles estrechas, plazas, todo un conjunto que te hace



**Un rincón de "Le Panier"**

pensar al pasear por ellas como funcionaba esta ciudad en el pasado. Pescadores, marineros y comerciantes vivían en estas casas altas, pegadas unas con otras, que ocupaban las calles estrechas por cuyo centro fluía el agua. Actualmente tras ser rehabilitado el barrio acoge simpáticas tiendas de artesanía (chocolateros, ceramistas, jabonerías).

Una visita obligada en este recorrido, es la "Vieille Charité", El hospital de la Caridad, un edificio cuadrilátero barroco de piedra rosa y blanca y tres órdenes de arcadas con galerías abiertas al patio central, construido entre 1671 y 1749, en el centro el amplio patio se levanta la capilla de tipo barroco (1679) con cúpula elíptica y precedida por un pórtico añadido en 1863. Todo su conjunto está totalmente restaurado y es sede de instalaciones culturales, exposiciones temporales. En la planta baja se encuentra el Museo de Arqueología Mediterránea.

Marsella tienen mucho que ver y disfrutar pero no ha sido posible en esta ocasión recorrerla, queda para otra viaje, pasear por su zona moderna, sus museos, restaurantes, zonas comerciales, playas, calas y a solo unos minutos del caso antiguo, lo que hace necesario por lo menos tres días de estancia para conocerla.

Finalmente y antes de abandonar la ciudad realicé un tour en el bus turístico, recorriendo ambas orillas del viejo puerto, subiendo hasta Nôtre Dame de la Garde para disfrutar de un paisaje encantador y extraordinario rodeado de mar que te hace desear volver.



**La Basílica de "Notre Dame de la Garde".**



**Interior de la Basílica.**



**La exquisita sopa bullabesa.**



**Placita en "Le Panier"**

Los tejados de la ciudad desde la Iglesia.



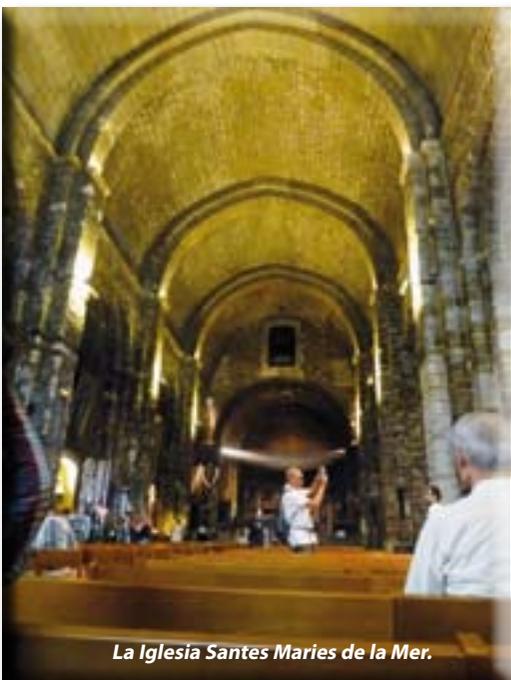
## REPORTAJE

la ciudad, gracias a numerosos documentos del municipio y el folclore regional.

### Arles

Es la tercera ciudad del departamento de Bouches du Rhône y el mayor municipio de Francia, con una superficie de 77.000 hectáreas, situada en la orilla izquierda del Gran Ródano, en el límite septentrional de la llanura de la Comarca. De origen celta-ligur, la ciudad ya en el siglo VI a.C. fue base comercial de los griegos de Marsella. En los siglos I-II a.C. se convirtió en importante colonia romana y vivió un periodo de gran esplendor, fue capital político-administrativa de la Galia, un importante centro religioso; la ciudad fue denostada por las invasiones visigodas y bárbaras, y a partir del siglo IX formó parte del reino de Arles (Borgoña y una parte de Provenza) para terminar pasando a Francia.

**Arles** es ante todo una ciudad de arte y de historia. Ha sido incluida por la UNESCO en el Patrimonio Mundial de la Humanidad y celebra este año el 30 aniversario de su reconocimiento. Fue seleccionada por la UNESCO por tres motivos: por su centro antiguo, el conjunto de sus monumentos romanos, (como el Camino de Santiago) y como espacio habitual de interés mundial, llamado "Ciudad de arte y historia".



La Iglesia *Santes Maries de la Mer*.

afición que existe al toro y al toreo. Su iglesia, joya del románico, edificada entre los siglos IX y XI, goza de un emplazamiento estratégico, es una verdadera fortaleza concebida para la defensa. Con una altura de 15 metros, que domina el pueblo y siendo visible 10 km tierra adentro, de estilo románico provenzal, está formada por una única nave, recta y sin ornamentos. El tejado está rodeado por un camino de ronda con almenas y matacanes que servían de torre de guardia. Hoy en día curiosamente los visitantes suben al tejado para disfrutar de una preciosa vista panorámica de la ciudad.

La ciudad cuenta con el museo Bezoncelli edificado en 1876, que hacia de ayuntamiento y Juzgado de Paz, en la actualidad su visita es hacer una inmersión a la Camarga del siglo XVIII. En el se puede descubrir la historia de

### Santes Maries de la Mer

Esta ciudad está dentro del Parque Natural Regional de la Camarga, (la Camarga se extiende entre los dos brazos principales del delta del Ródano y la costa Mediterráneas), formado por arena y grava, está salpicado de lagunas, con la mayor población de flamencos de Europa, paraíso de aves. Puede ser muy interesante un reportaje amplio sobre la zona.

Pueblo pesquero y situado entre el Mediterráneo y las marismas. Es muy acogedor y turístico con una amplia variedad de restaurantes, bares y unas calles muy curiosas con diversidad de comercios de alimentación, *souvenirs*, ropa y otros

En fin muy costero y playero, con mucha animación nocturna. Por cierto puede comprobar dos restaurantes con música en vivo flamenca y la gran

El anfiteatro, una reliquia de Arles en perfecto estado.





**El Anfiteatro.**

Mi visita a esta preciosa y majestuosa ciudad, por el conjunto de su casco antiguo y sus monumentos románicos, fue igualmente corta, pero creo que suficiente para disfrutar recorriéndola durante unas horas y dejar en mi retina y la de mis cámara bellas imágenes de su centro antiguo, conjunto privilegiado con monumentos declarados de interés artístico, que fue el único que pude recorrer en la pocas horas que estuve.

La Plaza del Ayuntamiento y su conjunto arquitectónico compuesto por el Obelisco, que es de granito y procede de Turquía. Se encuentra en la plaza desde el siglo XVII que fue transportado así como el Ayuntamiento, la Iglesia de San Tráfico y otros edificios singulares.

El Teatro Romano se terminó de construir el año 10 a.C., tenía una capacidad de 10.000 plazas, se puede apreciar algunas piezas de su conjunto original. La estatua de Augusto y la célebre Venus de Arles están conservadas en el Louvre. El teatro se encontraba rodeado de casas, pero en el siglo XIX se eliminaron todas.

El Anfiteatro fue construido en el año 80 d.C. con capacidad para 20.000 personas, es un inmenso óvalo de 34 hileras de gradas; actualmente se dan espectáculos taurinos (como plaza de toros) y otras actividades culturales y está capacitado para casi 12.000 espectadores.

Iglesia de San Tráfico catedral romana que data del siglo XII, célebre por su riqueza de esculturas en su portal, cuyo tema principal es el juicio final, el paraíso y el infierno. Este conjunto monumental me sorprendió por su



**Todos los rincones de Arles son encantadores.**

policromía de materiales y una escultura de una excepcional calidad. Su claustro, siglos XII-XIV, ornado de un magnífico decorado románico es el único en Provenza por la diversidad de sus esculturas y capiteles.

Hotel de Ville (Ayuntamiento). Concebido en 1657 por Jacques Peyret, fue construido según planos de Jules Hardouin Mansard, arquitecto de Castillo de Versalles. Tiene su celebridad a la rareza arquitectónica de bóveda románica plana que cubre su vestíbulo.

Aún tuve tiempo de pasear por el mercadillo provenzal de la ciudad, dicen ser uno de los mayores de Provenza, Se realiza desde 1584, dos veces por semana.

Arles, tiene un sinfín de rincones y lugares más que descubrir, es como ya he dicho una ciudad riquísima en monumentos, museos y palacetes, como el de Grille, siglo XVII, el de Lupe, que alberga la Fundación Van Gogh, el Castillon, también del siglo XVII, y el Quinquernan de Beaufeu, actualmente acoge la Escuela Nacional de la fotografía. También Arles es una ciudad además muy prendada de los toros. Yo no esperaba encontrar tanta afición a nuestra fiesta, pero es que son unos enamorados de los toros y de los caballos

También tuve la oportunidad en este corto viaje de visitar y admirar Las Manade, son rebaños de toros, vacas y caballos que viven libremente en grandes fincas dirigidos por un "Guardián" o propietario. La visita se hizo en carro y andando, pudiendo acariciar y fotografiarme con los caballos y admirar a



los toros muy cerca de la manada. Por cierto aquellos que visiten esta zona, que se protejan contra los mosquitos.

Otra de las visitas fue a las Marismas de Vigueirt, donde se encuentran gran diversidad de aves. Aunque la hora no fue propicia, si tuve la oportunidad en una de las paradas, poder apreciar una bandada de flamencos rosados en sus aguas, así como las salinas de Salin.

Y el tiempo de este viaje a la Provenza se acabó y con tristeza por no poder disfrutar más de estas bellas ciudades y lugares. Llegó el momento de regresar a España. ☹

**Texto y fotos: Antonio Florez**

### Datos de interés:

- **Como ir:**  
Iberia Regional /Air Nostrum)  
Madrid – Marsella, vuelos diarios
- **Donde comer:**
  - Marsella  
Restaurante Marie Les Galinettes  
138 Quai du port - tl  
+33.491914109  
Restaurante Miramar  
12 Quai du port - tl +33.491914109
  - Saintes Maries de la Mer  
Restaurante Tahiti Place  
Avenue Riquette Obanel (Palya) tl  
+33.490979238  
Restaurante El Campo  
13, Rue de Victor Hugo –tl  
+33.490978411
  - Salin de Giraud Marismas de Vigueirat  
Restaurante Les Saldelles  
4 Rue Arènes –tf +33.442868387
  - Arles  
Restaurante Cilantro  
31 rue Porte de Laure –tf  
+33.490182505  
Restaurante Le Galoubet  
18 rue du Docteur Fantome –tf  
+33.490931811
- **Donde dormir:**
  - Marsella  
Residence Du Vieux Port  
18 Quai du port .tf-33.491919122
  - Sainte Maries de la Mer  
Hotel La Palunette  
Route d´ Arles tf +33.490978630
  - Arles  
Hotel Calendal  
5 Porte de Llaure –+33.490961189



**Las Manade, rebaños de toros y caballos.**



**TAT**  
TRANSPORTE AÉREO  
& **TURISMO**

**Directorio Oficinas de Turismo Extranjeras en España 2011/12**



**República Dominicana**  
**Lo tiene todo**

[www.godominicanrepublic.com](http://www.godominicanrepublic.com) [www.facebook.com/lotienetodo](https://www.facebook.com/lotienetodo)



# 2011/12 - Directorio de Oficinas de Turismo Extranjeras en España



**ALEMANIA**  
Oficina Nacional Alemana  
de Turismo

[www.alemania-turismo.com](http://www.alemania-turismo.com)  
28010 Madrid  
C/ San Agustín, 2 - 1º dcha. pta.  
Ctro.  
Tl.: +34 91 429 35 51  
Fx: +34 91 420 24 50  
Dtora.: Ulrike Bohnet  
**e-mail: [ulrike.bohnet@germany.travel](mailto:ulrike.bohnet@germany.travel)**  
Responsable Marketing:  
Mercedes Orejas  
**e-mail: [mercedes.orejas@germany.travel](mailto:mercedes.orejas@germany.travel)**  
Responsable Prensa:  
Frank Bausback  
**e-mail: [frank.bausback@germany.travel](mailto:frank.bausback@germany.travel)**  
Fecha apertura Oficina España:



**Andorra**

**ANDORRA**  
Oficina Nacional  
de Turismo de Andorra  
[www.andorra.es](http://www.andorra.es)  
28009 Madrid - C/ Alcalá, 73  
Embajada de Andorra en España  
Telf.: +34 91 431 74 53  
Fax: +34 91 577 63 41  
Director: Jesús Ramírez  
**j.ramirez@embajadaandorra.es**  
Fecha apertura Oficina: 1998



Oficina de Turismo de la  
Argentina en España  
Calle Princesa, nº 12  
28008 - Madrid - España  
Tlf: +34 91 541 44 47  
**oficinamadrid@argentina.travel**  
Director oficina Turismo  
Argentina en España:  
Diego Barceló  
**dbarcelo@argentina.travel**  
91 541 44 47  
Contacto de Prensa:  
María José García  
**mjgarcia@argentina.travel**  
91 575 71 21



**Tourism Australia**

**AUSTRALIA**  
Tourism Australia  
[www.australia.com](http://www.australia.com)  
60311 FrankfurtNeue Mainzer  
Strasse, 22  
Contacto Trade: Connexions

Aviación y Turismo  
28006 Madrid - C/ Serrano,  
93- 2ªA  
Telf.: +34 91 749 76 16  
(Agencias V.)  
**Europe\_tradeline@tourism.  
australia.com**  
Regional. Manager Continental  
Europe: Katherine Droga  
Responsable Prensa: DO IT.  
Comunicación &Marketing  
**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  
Tl.: +34 902 99 94 32 (Público)  
Tl.: +34 91 542 68 33  
(Profesionales)  
Fx: +34 91 542 44 76  
Dtor. España, Portugal y Brasil:  
Werner Fritz  
**werner.fritz@austria.info**  
Marketmanager España:  
Blanka Trauttmansdorff  
**blanka.trauttmansdorff@austria.  
info**  
Prensa España/ Marketing  
Brasil  
Maria Ledermüller  
**Maria.Ledermueller@austria.info**  
Fecha apertura Oficina España:  
1957



**BÉLGICA**

Turismo de Bélgica:  
Flandes y Bruselas  
[www.flandes.net](http://www.flandes.net)  
08039 Barcelona  
World Trade Center, ed. Este,  
pl.6 Tl.: +34 93 508 59 90  
Fx: +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 España:  
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  
Persona de contacto:  
Nuria López  
**info@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  
Tl.: +34 91 702 06 89  
**Ebt.es@embratur.gov.br**  
Fecha apertura Oficina España:  
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  
Tl.: +34 91 572 08 54/55  
Fx: +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 España:  
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  
Tl.: +34 91 781 55 14  
Fx: +34 91 431 84 43  
Dtora.: Sania Jelic Danda  
**e-mail: [info@visitacroacia.es](mailto:info@visitacroacia.es)**  
Responsable Prensa:  
Susana García  
**e-mail: [susana@marakanda.comunicacion.com](mailto:susana@marakanda.comunicacion.com)**  
Delegaciones:  
20 Oficinas en el Mundo



**CHILE**

Oficina de Turismo de Chile  
Consumidor final  
[www.chile.travel](http://www.chile.travel)  
28001 Madrid  
C/ Velazquez, 80 - 1 izda.  
Tl.: +34 91 431 30 83  
Dtora.: Ruth Sanhueza  
**e-mail: [infoespana@turismochile.travel](mailto:infoespana@turismochile.travel)**  
Prensa y trade  
28010 Madrid  
C/ Cardenal Cisneros, 51  
Tl.: +34 91 540 18 05  
Responsable de Prensa:  
Mónica Bonilla  
**e-mail: [monica.bonilla@interfacetourism.com](mailto:monica.bonilla@interfacetourism.com)**  
Fecha apertura Oficina España:  
2011



**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 00 11  
Fax: +34 91 548 05 97  
**madrid@cmta.gov.cn**  
**web OTCh: [www.turismochino.info](http://www.turismochino.info)**  
Fecha apertura Oficina: 1999



**CUBA**

Oficina de Turismo  
de Cuba  
[www.autenticacuba.com](http://www.autenticacuba.com)  
28036 Madrid  
Pso. de La Habana, 50 - Bajo D  
Tl.: +34 91 411 30 97  
**e-mail: [info@descubracuba.es](mailto:info@descubracuba.es)**  
Dtora.: Iyolexis Correa Lorenzo  
**e-mail: [directora@descubracuba.es](mailto:directora@descubracuba.es)**  
Fecha apertura Oficina España:  
1990



**DINAMARCA**

VisitDenmark  
[www.visitdenmark.es](http://www.visitdenmark.es)  
20131 Milano - Italia  
Via N. Paganini, 2  
Tl.: +39 027 20 22323

# Directorio de Oficinas de Turismo Extranjeras en España - 2011/12

Fx: +39 028 60 712  
Dtor.: Pernille Wantzin  
**e-mail:** [pw@visitdenmark.com](mailto:pw@visitdenmark.com)  
Representante España:  
Trine Bruun  
**e-mail:**  
[trine.bruun@interfacetourism.com](mailto:trine.bruun@interfacetourism.com)  
Fecha apertura Oficina España:  
1995



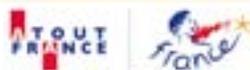
**EGIPTO**  
Oficina de Turismo de Egipto  
[www.egypt.travel](http://www.egypt.travel)  
28013 Madrid  
Gran Vía, 78 - pl.8 Izda.  
Tl.: +34 91 559 21 21  
Fx: +34 91 547 51 65  
Dtor.: Magued Abou Sedera  
**e-mail:** [info.es@egypt.travel](mailto:info.es@egypt.travel)  
Fecha apertura Oficina España:



**ESLOVENIA**  
Oficina de Turismo de Eslovenia  
[www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)  
28010 Madrid  
C/ Cardenal Cisneros, 51  
Tl.: +34 91 540 18 05  
Account Director: Lucy Joyner  
[Lucy.joyner@interfacetourism.com](mailto:Lucy.joyner@interfacetourism.com)  
Prensa: Monica Bonilla  
[Monica.bonilla@interfacetourism.com](mailto:Monica.bonilla@interfacetourism.com)  
Fecha apertura Oficina: 2011



**FINLANDIA**  
Visit Finland  
FINLANDIA Visit Finland  
Director: Jukka Paco Halonen  
[jukka-paco.halonen@visitfinland.com](mailto:jukka-paco.halonen@visitfinland.com)  
[www.visitfinland.com](http://www.visitfinland.com)  
Töölönkatu 11, 00100 Helsinki  
Tl.: +358 (0)10 605 82 40  
Responsable Prensa:  
DO IT. Comunicación & Marketing  
[doit@doitpr.es](mailto:doit@doitpr.es)  
Fecha apertura Oficina: 1973



**FRANCIA**  
ATOOUT FRANCE  
Agencia de Desarrollo Turístico de Francia  
[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  
[patrick.goyet@franceguide.com](mailto:patrick.goyet@franceguide.com)  
Directora adjunta:  
Dominique Maulin  
[dominique.maulin@franceguide.com](mailto:dominique.maulin@franceguide.com)  
Responsable Prensa:  
Liliane Bodalo  
[liliane.bodalo@franceguide.com](mailto:liliane.bodalo@franceguide.com)  
Fecha apertura Oficina: 1919



**VisitBritain**  
GRAN BRETAÑA  
Visitbritain  
Turismo Británico

[www.visitbritain.es](http://www.visitbritain.es)  
28080 Madrid  
Apartado de Correos, 708  
Fx: +34 91 343 63 10  
Dtora.: Cristina Bernabé  
[cristina.bernabe@visitbritain.org](mailto:cristina.bernabe@visitbritain.org)  
B2B Manager:  
Juan Carlos Martín  
[juancarlos.martin@visitbritain.org](mailto:juancarlos.martin@visitbritain.org)  
Responsable Prensa:  
Mª Eugenia Benito  
[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  
Tl.: +34 91 548 48 89  
Fx: +34 91 542 81 38  
Dtora.: Theodora Makri  
**e-mail:** [doramakri@turismodegreecia.org](mailto:doramakri@turismodegreecia.org)  
Responsable Prensa:  
Ioannis Mitkas  
**e-mail:** [ioannis.mitkas@turismodegreecia.org](mailto:ioannis.mitkas@turismodegreecia.org)  
Fecha apertura Oficina España:  
1982



**HOLANDA**  
Oficina de Turismo y Congresos de Holanda  
[www.holland.com/es](http://www.holland.com/es)  
Tl.: +34 91 360 50 41  
Fx: +34 91 532 50 74  
Marketing: Jeannette Varela  
Prensa: Soraya Gabriel  
Web: Ángeles Gutiérrez  
Fecha apertura Oficina España:  
1988



**HUNGRIA**  
Oficina Nacional de Turismo de Hungría  
[www.hungriaturismo.com](http://www.hungriaturismo.com)  
Tl.: +34 91 556 93 48  
Dtor./Responsable Prensa:  
József Németh  
[hungria@hungriaturismo.com](mailto:hungria@hungriaturismo.com)  
**Facebook:** <http://www.facebook.com/Hungríasorprendente>



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



**ISRAEL**  
Oficina Nacional Israelí de Turismo

[www.turisrael.com](http://www.turisrael.com)  
28004 Madrid  
C/ Fuencarral, 101 - 5º - 6ª  
Tl.: +34 91 594 32 11  
Fx: +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)  
Oficina Principal:  
Delegación del Ministerio de Turismo de Israel para España y Portugal  
Fecha apertura Oficina España:  
1983



**ITALIA**  
Agencia Nacional Italiana para el Turismo (ENIT)  
[www.enit.it](http://www.enit.it)  
[www.italia.it](http://www.italia.it)  
28006 Madrid  
C/ Serrano, 120 - 1º D  
Tl.: +34 91 567 06 70  
Fx: +34 91 571 15 79  
Dtor.: Domenico Di Salvo  
[infoitalia.madrid@enit.it](mailto:infoitalia.madrid@enit.it)  
Atención al Público: 10-13h.  
Responsable Prensa:  
Veronica Molinari  
[vmolinari@italiatourismo.es](mailto:vmolinari@italiatourismo.es)  
Fecha apertura Oficina: 1950



**JORDANIA**  
Oficina de Turismo de Jordania  
28001 Madrid  
C/ Villanueva, 5  
Tl.: 91 781 39 87  
Dtor.: María de Pereda  
Jefe de Prensa: Ana Martín  
[www.sp.visitjordan.com](http://www.sp.visitjordan.com)  
[spain@visitjordan.com](http://spain@visitjordan.com)  
Fecha apertura Oficina España:  
1999



**KENIA**  
Oficina de Turismo de Kenia  
28010 Madrid  
C/ Cardenal Cisneros, 51  
Tl.: +34 91 540 18 05  
Dtor.: Christopher Pomeroy  
[chis.pomeroy@interfacetourism.com](mailto:chis.pomeroy@interfacetourism.com)  
Responsable Prensa: Ana Pérez  
[ana.perez@interfacetourism.com](mailto:ana.perez@interfacetourism.com)  
Fecha apertura Oficina: 2010



**LITUANIA**  
Centro de Información Turística de Lituania  
[www.lituaniatour.com](http://www.lituaniatour.com)  
08015 Barcelona  
Gran Vía Les Corts Catalanes, 439 - pl.7-of.2  
Tl.: +34 667 693 931  
Dtor.: Raimundo Michnevicius  
[info@lituaniatrade.com](mailto:info@lituaniatrade.com)  
Fecha apertura Oficina España:  
2005

Este directorio también lo encontrará en  
[www.tatrevista.com](http://www.tatrevista.com)



## MALTA Oficina de Turismo

28001 Madrid  
C/ Villanueva, 5  
Tl.: 91 781 39 87  
Dtor.: María de Pereda  
Jefe de Prensa: Ana Martín  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)  
[turismo@globally.es](http://turismo@globally.es)



## MARRUECOS Oficina Nacional Marroquí de Turismo

[www.visitmorocco.com](http://www.visitmorocco.com)  
28008 Madrid  
Ventura Rodríguez, 24 - pl.1  
izda.  
Tl.: +34 91 541 29 95  
Fx: +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 España:  
1968



## MÉXICO Consejo de Promoción Turística de México

[www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com)  
28014 Madrid  
Carrera de San Jerónimo,  
46-pl.2  
Tl.: +34 91 561 18 27  
Fx: +34 91 411 07 59  
Dtor Regional para Europa:  
Javier Aranda Pedrero  
[jaranda@visitmexico.com](mailto:jaranda@visitmexico.com)  
Dtor. Adjunta:  
Margarita Amione Adalid  
[mamione@visitmexico.com](mailto:mamione@visitmexico.com)  
Relaciones Públicas:  
Omar Macedo García  
[prensaespanola@visitmexico.com](mailto:prensaespanola@visitmexico.com)  
Fecha apertura Oficina: 2000



## NORUEGA Oficina de Turismo de Noruega

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



## PERÚ Oficina de Representación de PromPerú

28001 Madrid  
C/ Villanueva, 5  
Tl.: +34 91 781 39 87  
Dtor.: María de Pereda  
Jefe de Prensa: Ana Martín  
[www.peru.travel](http://www.peru.travel)  
[turismo@globally.es](mailto:turismo@globally.es)



## POLONIA Oficina Nacional de Turismo de Polonia

[www.polonia.travel](http://www.polonia.travel)  
28008 Madrid  
Princesa, 3 dpdo - of. 1310  
Tl.: +34 91 541 48 08  
Fx: +34 91 541 34 23  
Dtora.: Agata Witoslawska  
[agata.witoslawska@polonia.travel](mailto:agata.witoslawska@polonia.travel)  
Fecha apertura Oficina España:  
1997



## PORTUGAL Turismo de Portugal

[www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com)  
[www.imagemsofportugal.com](http://www.imagemsofportugal.com)  
28001 Madrid  
C/ Goya, 24 - 7º  
(Entrada por Núñez de  
Balboa, 33)  
Tl.: +34 91 761 72 30  
Fx: +34 91 571 14 24  
[edt.espanha@turismodeportugal.pt](mailto:edt.espanha@turismodeportugal.pt)  
Dtor.: Miguel Perestrello  
[miguel.perestrello@turismodeportugal.pt](mailto:miguel.perestrello@turismodeportugal.pt)  
Prensa: António Araújo Carrilho

[antonio.carrilho@turismodeportugal.pt](mailto:antonio.carrilho@turismodeportugal.pt)  
Trade: Manuel Lino  
[manuel.lino@turismodeportugal.pt](mailto:manuel.lino@turismodeportugal.pt)  
Trade: Mateo Fernández  
[mateo.fernandez@turismodeportugal.pt](mailto:mateo.fernandez@turismodeportugal.pt)  
Fecha apertura Oficina España:



## PUERTO RICO Compañía de Turismo

[www.seepuertorico.com](http://www.seepuertorico.com)  
28001 Madrid  
Serrano, 1 - 2ª izda.  
Tl.: +34 91 431 21 28  
Dtora.: Marimar Lidin  
[puertoricoeuro@prtourism.com](mailto:puertoricoeuro@prtourism.com)  
Fecha apertura Oficina: 1978



## REPÚBLICA CHECA Oficina Nacional Checa de Turismo -CzechTourism

[www.CzechTourism.com](http://www.CzechTourism.com)  
28016 Madrid  
Avda. Pío XII, 22 - 24  
Tl.: +34 91 345 71 12  
Fx: +34 91 359 25 27  
Dtora.: Markéta Leheckova  
[leheckova@czechtourism.com](mailto:leheckova@czechtourism.com)  
Prensa: DO IT Comunicación  
& Marketing  
[doit@doitpr.es](mailto:doit@doitpr.es)  
Fecha apertura Oficina España:  
1993



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

[www.godominicanrepublic.com](http://www.godominicanrepublic.com)  
[www.facebook.com/lotienetodo](http://www.facebook.com/lotienetodo)  
28006 Madrid  
C/ Serrano, 114 - 2º Ext. Izq.  
Tl.: +34 91 417 73 75  
Fx: +34 91 598 00 25  
Dtora.: Paola Dimitri  
Buonpensiere  
[p.dimitri@turdom.e.telefonica.net](mailto:p.dimitri@turdom.e.telefonica.net)  
Subdtora.:  
Mari de Soto Incháustegui  
[Mari.desoto@gmail.com](mailto:Mari.desoto@gmail.com)  
Prensa: PCIC  
[jone@pcyc.es](mailto:jone@pcyc.es)  
Fecha apertura Oficina España:  
1980



## RUMANIA Oficina de Turismo de Rumania

[www.rumaniatour.com](http://www.rumaniatour.com)  
28006 Madrid  
C/ Alcantara, 49-51  
Tl.: +34 91 401 42 68  
Fx: +34 91 402 71 83  
[oficina@rumaniatour.com](mailto:oficina@rumaniatour.com)  
Dtor.: Alexandru Bogdan Iosif



## SUECIA VisitSweden

[www.visitsweden.com/suecia](http://www.visitsweden.com/suecia)  
08007 Barcelona  
Gran Via Corts Catalanes,  
630 - pl.4  
Tl.: +34 93 270 29 59  
Fx: +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 España:  
2009



## SUIZA Suiza Turismo

[www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)  
[www.MySwitzerland.com/Newsletter](http://www.MySwitzerland.com/Newsletter)  
[www.MySwitzerland.com/facebook](http://www.MySwitzerland.com/facebook)  
[www.MySwitzerland.com/twitter](http://www.MySwitzerland.com/twitter)  
08009 Barcelona  
C/ Diputación, 289  
Tl.: +34 93 496 13 68  
Dtor.: Gilles Dind  
[gilles.dind@switzerland.com](mailto:gilles.dind@switzerland.com)  
Responsable Prensa:  
Elena Affeltranger  
[elena.affeltranger@switzerland.com](mailto:elena.affeltranger@switzerland.com)  
Fecha apertura Oficina España:  
2006

Todos los lunes  
la información  
más reciente del  
sector en  
[www.boletintat.com](http://www.boletintat.com)

# Directorio de Oficinas de Turismo Extranjeras en España - 2011/12



**TAHITÍ Y SUS ISLAS**  
Tahiti Tourisme

[www.tahiti-tourisme.es](http://www.tahiti-tourisme.es)  
C/ Serrano, 93 - 2ºA - 28006 Madrid  
Tlf.: +34 91 411 01 67  
Fax: +34 91 563 80 62  
Dtor.:  
Boyen Rienks  
[boyen@tahiti-tourisme.es](mailto:boyen@tahiti-tourisme.es)  
Adjunta a dirección:  
Candice Saugere  
[candice@tahiti-tourisme.es](mailto:candice@tahiti-tourisme.es)  
Prensa:  
DO IT. Comunicación & Marketing  
[doit@doitpr.es](mailto:doit@doitpr.es)  
Fecha apertura Oficina: 1992



**TAILANDIA**  
Oficina de Turismo de Tailandia

[www.turismotailandes.com](http://www.turismotailandes.com)  
[www.conocetailandia.com](http://www.conocetailandia.com)  
Representante Oficina de Turismo:  
The Blueroom Project  
28080 Madrid  
Apartado de Correos, 18.121  
[info@turismotailandes.com](mailto:info@turismotailandes.com)

[agencias@turismotailandes.com](mailto:agencias@turismotailandes.com)  
Dtor.: Alejandro Pérez-Ferrant  
[apferrant@turismotailandes.com](mailto:apferrant@turismotailandes.com)  
Dtora. de Comunicación:  
María Redondo  
[comunicacion@turismotailandes.com](mailto:comunicacion@turismotailandes.com)  
Responsable de Marketing:  
Emma Pérez  
[marketing@turismotailandes.com](mailto:marketing@turismotailandes.com)  
Fecha apertura Oficina: 2004



**TOKIO**

Oficina de Turismo de Tokio  
28002 Madrid  
C/ Alustante, 3 Esc.2 - 2º D  
Tl.: +34 91 519 78 77  
Tl.: 656 859 698  
Dtora.: Taeko Ueda  
[taekoueda@yes-tokio.es](mailto:taekoueda@yes-tokio.es)  
[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](http://www.tourism.metro.tokyo.jp)  
[spanish/index.html](http://spanish/index.html)  
Fecha apertura Oficina: 2006



**TUNEZ**  
Oficina Nacional de Turismo de Túnez

[www.descubretunez.com](http://www.descubretunez.com)  
[www.turismodetunez.com](http://www.turismodetunez.com)  
28015 Madrid  
C/ Alberto Aguilera, 11 - pl. 1 - pta. C  
Tl.: +34 91 548 14 35  
Fx: +34 91 548 37 05  
[onttmad@turismodetunez.com](mailto:onttmad@turismodetunez.com)  
Dtora. para España/Portugal:  
Leila Tekaiia  
[leila.tekaia@turismodetunez.com](mailto:leila.tekaia@turismodetunez.com)  
Fecha apertura Oficina.: 1970



**TURQUIA**

Consejería de Información de la Embajada de Turquía  
[www.turismodeturquia.com](http://www.turismodeturquia.com)  
28014 Madrid

C/ Antonio Maura, 18 - 2º D  
Tl.: +34 91 559 70 14/71 14  
Fx: +34 91 547 62 87  
Dtora.: Ijlal Kastal  
[turquia@telefonica.net](mailto:turquia@telefonica.net)  
Prensa: Pasión Turca-Of. Relaciones Pub.  
Dtor.: Sinan Nergis  
[sun@pasionturca.net](mailto:sun@pasionturca.net)  
Fecha apertura Oficina España: 1983



**Uruguay Natural**

**URUGUAY**  
Embajada de Uruguay  
Area de Turismo

28008 Madrid  
Pso. del Pintor Rosales, 32 - 1ª Dcha.  
Parque del Oeste  
Tl: +34 91 758 04 75  
Fx: +34 91 542 81 77  
[urumatri@urumatri.com](http://urumatri@urumatri.com)

**Ayúdenos a tener sus datos al día**

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

**Suscríbete a [www.boletintat.com](http://www.boletintat.com) y los lunes recibirás las últimas noticias del sector**



## uruguaynatural.tv

El primer canal online de turismo.  
Para disfrutar Uruguay las 24 horas, los 365 días del año.  
**Porque Uruguay da ganas de volver a cada rato.**



**Uruguay Natural**

Ministerio de Turismo y Deporte

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



**Lugares de reintegro:**

Aeropuerto de Carrasco, Aeropuerto de Laguna del Sauce, Puerto de Montevideo, Puerto de Colonia. Por más información: [www.premiertaxfree.com](http://www.premiertaxfree.com)



# Grandes Cruceros Transatlánticos 2011-2012

## Una travesía inolvidable hacia lugares más cálidos

Con **Iberocruceros** disfrutarás del placer que supone conocer diferentes lugares del mundo como Brasil y Argentina con toda la comodidad que sueñas y con unos precios que se adaptan a cada uno.

Embárcate en una aventura única e incomparable que no podrás olvidar. Si te gustan los grandes viajes, esos llenos de emoción, de nuevas experiencias y de sorpresas mágicas no puedes dejar pasar la oportunidad de subir a bordo para hacer uno de nuestros Transatlánticos.

Los buques Grand Celebration y Grand Mistral te llevarán a tu destino preferido descubriendo Marruecos, Portugal y Las Canarias. Sube a bordo del Grand Celebration el 14 de noviembre de 2011 en Barcelona o el 18 de noviembre en Tenerife para ir a Brasil y/o Argentina. O si prefieres en Málaga el 12 de octubre o en Barcelona el 13 de Octubre para ir a Brasil en el Grand Mistral.

Si tu idea es hacer un crucero desde Argentina o Brasil en diciembre 2011, enero, febrero y marzo 2012, Iberocruceros te ofrece cruceros de 8, 9 y 10 días para visitar Brasil, Argentina y Uruguay.

Y si lo que quieres es volver en el 2012 de Argentina y Brasil, Iberocruceros ofrece sus salidas de Santos (Brasil) a Valencia el 11 de Marzo de 2012 en el Grand Mistral, el 11 de Marzo de Buenos Aires (Argentina) y el 14 de marzo desde Santos a Málaga y Barcelona en el Grand Celebration y el 14 de Marzo desde Río de Janeiro (Brasil) a Málaga, Valencia y Barcelona en el Grand Holiday.

Estos Grandes Cruceros tienen una duración entre 12 y 18 días dependiendo del lugar de embarque que elijas.

### Mil y una atenciones

Embárcate con **Iberocruceros** en una travesía incomparable. En nuestros buques encontrarás un



estilo adaptado a tus gustos porque somos una compañía pensada por y para los españoles. En nuestros barcos el personal se pone las veinticuatro horas al día a tu disposición. Los niños y los jóvenes pueden disfrutar de jornadas animadas con actividades lúdicas y los adultos podéis ejercitar todos vuestros sentidos en nuestros gimnasios, piscinas y centros de belleza. Podrás participar en todos los programas y actividades de animación (fiestas, bailes, concursos, club juvenil).

### Iberocruceros, tu Todo Incluido de Marca

En Iberocruceros queremos que viajes sin preocupaciones, por eso te damos la posibilidad de tenerlo Todo Incluido: bebidas, comidas, los mejores espectáculos, actividades, animación... Con la gran ventaja de que nuestro Todo Incluido es de Marca, lo que te permite disfrutar de todas nuestras bebidas de primeras marcas durante todo tu crucero.

Podrás degustar la mejor gastronomía mediterránea, así como lo platos típicos de los lugares que visitamos, todos ellos elaborados con las mejores materias primas. Además nuestro equipo de chefs prepara menús infantiles y especiales para aquellos que necesiten una dieta más cuidada.

### Diversión garantizada

En nuestros cruceros tienen especial importancia nuestros espectáculos, por eso hemos buscado los mejores y los que más se adaptan a tus gustos para ofrecételes en exclusiva. Una de las claves





de Iberocruceros son las magníficas fiestas que celebramos al aire libre o en los salones todas las noches, destacando en los Transatlánticos la fiesta de "Cruce del Ecuador", una experiencia única e inolvidable en la que participarás en un "ritual" de bautismo con el capitán que, disfrazado de Neptuno, coordinará los juegos y las actividades que conllevarán la iniciación de tu primer cruce de El Ecuador. Todo esto completado con actividades diarias durante todo el día, un cocktail perfecto para que tu diversión esté garantizada en todos los momentos.

Además Iberocruceros acaba de estrenar la sección Navega hacia la diversión en facebook, donde podrás conocer a tus compañeros de viaje, compartir fotos e historias, antes, durante y después de embarcar rumbo a Brasil y Argentina.

**Reserva ya tu crucero en tu agencia de viajes.**

**No lo dudes y este año elige un Gran Crucero para unas vacaciones inolvidables. ☺**



*"Estamos plenamente satisfechos de estar integrados en una de las Marcas más actualizadas y valoradas del mundo, de la que también recibimos una permanente formación de temas comerciales y operativos con la que optimizamos nuestros ingresos y el servicio a nuestros clientes.*

*El hecho de ser el primer hotel que se adhirió a la Cadena en España, nos hace sentirnos especialmente orgullosos de formar parte de la misma, desde hace ya más de veinte años...*

**Fernando de León,**  
Best Western Hotel Arosa \*\*\*\*  
Madrid Tel: 91 532 16 00



*...por éstas y otras grandes ventajas, aconsejo a nuestros colegas hoteleros independientes conocer en profundidad el espíritu y las características de la Cadena Best Western, compatible con la total autonomía en la gestión de su hotel".*

**Toda la información:**

**hacialexito@bestwestern.es o llamando a: 679 19 95 48 \* 91 561 46 22**  
**www.bestwestern.es \* www.bestwestern.com**



## International Cruise Summit se celebra en Madrid, del 26 al 28 de octubre

El evento refuerza el papel de España en una industria que, en 2010, atrajo a siete millones de cruceristas a nuestro país, lo que supuso un incremento del 12%.

El I International Cruise Summit 2011, evento organizado por Cruises News Media Group convierte a Madrid, del 26 al 28 de octubre, en centro internacional de la industria turística de cruceros, atrayendo a la capital a los principales agentes del sector. Debatiendo durante tres días, sobre la situación de un sector que, en estos momentos, mueve en nuestro país a 7 millones de turistas anuales, cifra que supuso un incremento del 12% respecto al último ejercicio.

Las jornadas comenzarán el jueves 27 al que están invitados, entre otros, Joan Mesquida, secretario general de Turismo; Antonio Bernabé, presidente de Turespaña; Fernando González Laxe, presidente de Puertos del Estado; Ángeles Alarcó, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Tim Marking, presidente del Consejo Europeo de Cruceros; o Mighel Paige, presidente de la Asociación de Cruceros Florida Caribbean.

La primera sesión 'Buscando nuevos destinos de cruceros', estudió la situación de las rutas internacionales.

La segunda sesión el viernes 28 abordará 'El impacto económico y las oportunidades de negocio' del sector. Concluyendo con una mesa redonda sobre 'Destinos, puertos, armadores y promoción de ideales.'

Para más información

[//www.cruisesnews.es/ICS/Nueva/index.html](http://www.cruisesnews.es/ICS/Nueva/index.html)

## El número de cruceristas alcanza los 3,2 millones hasta julio, un 17,7% más

\* *El Mediterráneo concentra durante este año 2,1 millones de pasajeros, dos tercios del total nacional de este tipo de turismo*

El tráfico de pasajeros de crucero alcanzó las 3.200.757 personas en los seis primeros meses del año, con un incremento del 17,72% respecto al mismo período de 2010. Cerca del 68% de esos pasajeros, concretamente 2.177.543 cruceristas, recalaron en algún puerto español del Mediterráneo, entre los que Barcelona y Baleares se llevan la "palma" con más de un millón y medio entre ambos puertos, aunque son muy apreciables los incrementos experimentados por Bahía de Cádiz y Málaga, un 36 y un 33%, respectivamente.

Entre los puertos del Atlántico, destacan los insulares de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife, que sumaron 819.304 pasajeros conjuntamente, con crecimientos medios del 30%. Entre los peninsulares atlánticos, que alcanzaron los 211.224 pasajeros, los incrementos medios se situaron en el 40%, destacando Vigo y La Coruña, con 109.600 y 42.889 pasajeros, respectivamente.

El crecimiento de pasajeros no se corresponde con el de buques de crucero que llegaron a las costas españolas, ya que los 1.632 barcos de estas características que atracaron en nuestros puertos en el primer semestre representan un incremento del 9,6% respecto a 2010. Este dato viene a confirmar lo que ya se está produciendo en otros sectores del transporte marítimo, con barcos de mayor dimensión y con más capaci-

dad de carga. De hecho, si se divide el número de cruceristas por el número de barcos que llegaron, se puede deducir que el tamaño medio de un crucero hoy día es de unos 2.000 pasajeros, aunque con los últimos buques que se han botado esta cantidad casi se llega a duplicar, como el caso de supertatatlánticos como el Queen Mary 2 o el Disney Magic, que entre tripulación y pasajeros transportan cerca de 3.700 personas en cada trayecto.

Por lo que respecta a las comunidades y ciudades autónomas, Cataluña, con Barcelona como único puerto de interés general que recibió cruceros, recibe uno de cada tres turistas que pasan por los puertos españoles. Le sigue muy de cerca Canarias, con 819.304 pasajeros, aunque en este caso se reparten entre los seis puertos que gestionan las dos autoridades portuarias de Las Palmas y S.C. de Tenerife.

Baleares es la tercera comunidad con más tráfico, aunque en este caso también se reparte entre los puertos de Palma, Mahón e Ibiza. Por su parte, Andalucía, que ya concentra el 13% del total nacional, ha experimentado un gran crecimiento empujada por los buenos resultados de Bahía de Cádiz y Málaga.

Por último, a cierta distancia se sitúan las comunidades de Valencia y Galicia, con 165.242 y 158.888 pasajeros, respectivamente, y crecimientos también

TRÁJICO PASAJEROS DE CRUCERO POR COMUNIDAD (Enero-Junio)				
Comunidades Autónomas	2010	2011	% Variación 2010-2011	% Total Nacional
País Vasco	19.308	23.725	22,9	0,7
Cantabria	8.027	7.400	-7,8	0,2
Asturias	2.244	13.897	519,3	0,4
Galicia	116.474	158.888	36,4	5,0
Andalucía	325.187	425.891	31,0	13,3
Canarias	630.783	819.304	29,9	25,6
Ceuta*	2.613	1.511	-42,2	0,0
Melilla*	0	379	0,0	0,0
Baleares	545.767	554.684	1,6	17,3
Murcia	37.966	29.991	-21,0	0,9
Valencia	124.915	165.242	32,3	5,2
Cataluña	905.671	999.845	10,4	31,2
<b>Total España</b>	<b>2.718.955</b>	<b>3.200.757</b>	<b>17,7</b>	<b>100,0</b>

\*Ciudades Autónomas



## Puesta a flote del buque MSC Divina

\* *El nuevo barco de MSC Cruceros, MSC Divina, será inaugurado en Marsella en mayo de 2012*

**M**SC Cruceros, ha celebrado el pasado 3 de septiembre en un ceremonioso evento la puesta a flote de su nuevo barco, **MSC Divina**. Este buque, el tercero de la clase *Fantasia* y su última incorporación, ha sido trasladado fuera del dique seco B de los astilleros STX Europe en Saint-Nazaire, Francia, para posteriormente ser trasladado al muelle C donde se realizará el montaje final de su equipamiento, antes de su inauguración en mayo del año que viene.

Se trata de un importante hito en la gigantesca construcción de la nueva nave de 140.000 toneladas y capacidad para 4.363 pasajeros. El barco se convertirá en el duodécimo de la flota de **MSC Cruceros**.

**MSC Divina**, que ha recibido su nombre en honor a Sophia Loren, la diosa del cine italiano y madrina de la flota de **MSC Cruceros**, será propiamente una diosa divina. Esto se señaló por primera vez con el

anuncio de que el barco de 18 cubiertas (13 de ellas para los pasajeros) llevará en cada uno de ellas el nombre de los Dioses de la Antigua Grecia, entre ellos *Urano, Afrodite, Aurora, Giunone, Artemide, Zeus, Mercurio, Cupido, Iride, Minerva, Apollo, Saturno y Helios*.

Una de las incorporaciones más novedosas del barco es el aft Garden Pool, dise-

ñado y decorado como una zona celestial para un retiro tranquilo, relajarse o simplemente disfrutar de una puesta de sol.

La construcción de **MSC Divina** comenzó hace un año y 74 mega-bloques, cada uno compuesto por un conjunto de grandes componentes del casco pre-fabricados, se han utilizado para el montaje del barco. El trabajo sobre la quilla está casi terminado. El 50% del equipamiento del barco ya se ha realizado, lo que incluye la terminación de la red eléctrica, cañerías y zonas públicas. Asimismo, el trabajo ya se ha comenzado en 400 de los 1.751 camarotes (cien más que sus naves gemelas *MSC Splendida* y *MSC Fantasia*).

Como barco más avanzado de los tres que componen la clase *Fantasia*, **MSC Divina** cuenta con tecnología más innovadora y cambios que incluyen *motores de propulsión más potentes*, de 21,8 MW cada uno (en comparación con los 20,2 MW de *MSC Splendida*), *un nuevo tipo de alternadores y sistemas HVAC* (calefacción, ventilación y aire acondicionado) de última generación. El barco contará también con un nuevo sistema de ósmosis inversa para la producción de agua dulce que requiere un 40 por ciento menos de energía y por lo tanto, asegura un menor impacto medioambiental.

Emilio La Scala, Director General del Departamento Técnico de **MSC Cruceros**, ha declarado: "Este es un momento de orgullo. Comenzamos a ver el inicio del final de un millón de horas de meticuloso trabajo dedicadas a los retoques finales para asegurar que nuestro nuevo "debutante" está listo y elegantemente vestido, para cuando emerja en el debut de su Gran Baile, su inauguración oficial el 26 de mayo de 2012 en Marsella, Francia".



**Dos momentos de la flota del MSC Divina.**





## Acaba de ordenar un nuevo buque, el décimo en 10 años.

- \* Con un tonelaje de 132,500, capacidad para 4,928 pasajeros en total y 1,854 cabinas
- \* Será construido por Fincantieri en los astilleros de Marghera y la fecha de entrega está prevista para Octubre de 2014
- \* Desde el año 2000, Costa ha encargado un total de 10 nuevos barcos a los astilleros de Fincantieri, con una inversión total de más de 5 billones de euros

**Costa Crociere S.p.A.**, ha anunciado que ha encargado a Fincantieri S.p.A. la construcción de un nuevo y espectacular barco. La fecha de entrega está prevista para Octubre de 2014 y su entrega marcará un hito en la compañía al ser una evolución de la "Clase Concordia", que integrará y superará lo mejor de la oferta a bordo que ha hecho de los barcos de esta categoría tan atractivos para los pasajeros, definiendo el estilo y la experiencia **Costa**.



El nuevo buque con un tonelaje de 132,500, capacidad para 4,928 pasajeros en total y 1,854 cabinas, será el mayor barco Italiano de cruceros y el décimo barco ordenado por **Costa** a Fincantieri en los últimos 10 años.

El acuerdo fue anunciado, pocos días después del lanzamiento técnico del *Costa Fascinosa* (114.500 toneladas y un total de 3.800 pasajeros), que está siendo construido en los mismos astilleros y que está previsto para mayo de 2012.

Al mismo tiempo **Costa Crociere S.p.A.** ha confirmado la venta del *Costa Marina*, que ha estado en servicio por más de 20 años, y a partir de Noviembre del 2011 dejará de pertenecer a la flota de **Costa**.



## Refuerza su organización en China con la entrada de un nuevo vicepresidente y aumentará su oferta en 2012

**Costa Crociere** refuerza su organización en China con la entrada de un nuevo vicepresidente en el país asiático, Buhdy Bok, que encabezarán las operaciones locales de la empresa italiana.

**Costa** fue la primera compañía internacional de cruceros en abrir el mercado en China. Después de seis años de intensa actividad en el país, la naviera italiana es ahora la empresa número 1 en este país, con oficinas en Shanghai y Hong Kong, puertos de embarque en Hong Kong, Shanghai y Tianjin y una sólida presencia en la industria del turismo; su marca es cada vez más popular y apreciada.

En 2012, **Costa Crociere** aumentará su oferta en la región con el despliegue, a partir de mayo y por primera vez, del *Costa Victoria* (75.200 toneladas brutas y 2.394 pasajeros). La nave es incluso mayor que el *Costa Classica* (53.000 toneladas brutas y 1.680 huéspedes), que opera actualmente en la región.



## Norwegian Breakaway y Norwegian Getaway serán los nombres de sus nuevos barcos

La compañía norteamericana de cruceros **Norwegian Cruise Line** ha seleccionado los nombres ganadores para sus dos nuevos barcos: *Norwegian Breakaway*, que se estrenará en abril de 2013, y *Norwegian Getaway*, que se inaugurará en abril de 2014.



# PROJECT BREAKAWAY NEWS RELEASE

Cada uno de los barcos, de 144.017 toneladas de peso, tendrá una capacidad aproximada para 4.000 pasajeros. Los barcos del Proyecto Breakaway representan la oportunidad para los clientes de **Norwegian Cruise Line** de escapar de la rutina del trabajo, de la escuela y el estrés diario. Estos nuevos barcos reunirán lo mejor de la flota de **Norwegian Cruise Line**, basándose en la experiencia de haber

presentado diez barcos en los últimos diez años, empezando por el *Norwegian Star* y el *Norwegian Sun* en 2001 y culminando con el lanzamiento del *Norwegian Epic* en 2010. La compañía también ha presentado los restantes tipos de camarotes de sus barcos, incluyendo los innovadores estudios, con un diseño y precio adaptados a los viajeros que viajan solos.



# pullmantur

## Presenta sus novedades para la temporada 2012

- \* Pullmantur amplia su programación con dos atractivos cruceros el próximo año: "Leyendas del Mediterráneo" y "Fiordos del Norte"
- \* La naviera lanza para sus clientes nuevas y personalizadas opciones entre las que escoger, siempre con el "Todo Incluido" de mejor calidad y al mejor precio

**P**ullmantur, compañía de cruceros de España, en la próxima campaña 2012, refuerza su presencia y ofrecerá un total de nueve itinerarios. Entre ellos, introduce dos atractivas novedades: el crucero "Leyendas del Mediterráneo", con salida desde Valencia y Palma de Mallorca; y "Fiordos del Norte" con vuelos incluidos desde Madrid y Barcelona a Copenhague y Thronheim. Nuevas y personales opciones, con la mejor calidad y al mejor precio.

La naviera repetirá un año más sus cruceros más demandados: "Brisas del Mediterráneo", "Rondó Veneciano", "Islas Griegas y Turquía", "Capitales Bálticas", "Caribe Maya" y "Antillas y Caribe Sur", y tras el éxito en su primera temporada, vuelve uno de los cruceros de más reciente creación: "Egipto y Tierra Santa".

Siempre con la diversión característica de los barcos de la compañía y el régimen "Todo Incluido" de calidad de Pullmantur.

La información sobre los diferentes itinerarios que realizan los buques de Pullmantur, las novedades, detalle de la flota e información en [www.pullmantur.es](http://www.pullmantur.es).

- **Brisas del Mediterráneo**, "Leyendas del Mediterráneo" con embarque en Valencia (los sábados) y Palma de Mallorca (los viernes).
- **Rondó Veneciano**
- **Islas Griegas y Turquía**. El precio incluye vuelos de ida y vuelta desde Madrid y Barcelona.
- **Egipto y Tierra Santa**, en régimen 'Todo Incluido' a bordo e incluye vuelo de ida y vuelta desde Madrid y Barcelona.
- El itinerario "Fiordos del Norte" será la novedad de Pullmantur en el Mar del Norte durante 2012 Este crucero se podrá hacer cuatro veces entre los meses de mayo y junio, y en régimen de 'Todo Incluido' a bordo. El precio incluye vuelos de ida y vuelta, desde Madrid y Barcelona, y traslados.
- **Caribe Maya**: en régimen 'Todo Incluido' a bordo. El precio incluye vuelos de ida y vuelta desde Madrid a Cancún.
- **Antillas y Caribe Sur**: en régimen 'Todo Incluido' a bordo. ☺



# INTUR

## XV Feria internacional del turismo de interior



# 15 AÑOS DE EXPERIENCIA

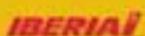
Del 24 al 27 de noviembre de 2011

## ¡Reserva ya!

Reserva directamente llamando al  
**(+34) 983 429 202**  
 o escribiendo a  
**comercial@feriavalladolid.com**



Avenida de Ramón Pradera, 3.  
 47009 Valladolid (España)  
 Tel. (+34) 983 429 202 / 208  
 Fax: (+34) 983 355 935  
[www.feriavalladolid.com](http://www.feriavalladolid.com)





## Ofrece explorar la Península Antártica en español

- \* *Un guía y un especialista polar españoles asistirán a los viajeros durante su travesía a bordo del moderno MS Fram, sólo para la salida del 3 de enero de 2012*
- \* *Durante el viaje se podrá atravesar el Pasaje de Drake, descubrir restos de grandes expediciones y bases científicas, contemplar animales salvajes y navegar entre enormes icebergs de formas maravillosas*

La compañía **Hurtigruten** ofrece por primera vez la posibilidad de conocer el séptimo continente de



la mano de un guía y un especialista polar españoles, sólo para la salida del 3 de enero de 2012. Un crucero de exploración de 10 días por la Península Antártica a bordo del moderno *MS Fram*.

Este itinerario permite al viajero disfrutar de la salvaje majestuosidad del último territorio virgen de la Tierra desde la comodidad del crucero de exploración más moderno del mundo, el *MS Fram*. El viaje les llevará a través de las aguas del Pasaje de Drake hasta el extraordinario paisaje alpino y glaciar de la Península Antártica donde descubrirá restos de grandes expediciones de la Época Heroica, bases científicas que han marcado la historia de la ciencia contemporánea, animales salvajes sin ningún temor a los humanos y enormes icebergs de formas maravillosas. Todo ello acompañado de la sensación que provoca el navegar más allá de la última frontera del planeta.

Si las condiciones de hielo y el tiempo lo permiten, se podrá navegar a través del Estrecho Antártico camino del Golfo Erebus y Terror, la puerta de entrada al mar de Weddell. Durante la travesía por los estrechos de Bransfield y Gerlache se podrá desembarcar en lugares como la Isla Media Luna, Bahía Wilhelmina, la Isla Cuverville, Yankee Harbour, Andvor Bay o Bahía Paraíso.

Precio itinerario Península Antártica desde: 4.532€, para salida del 3 de enero de 2012 con guía y especialista polar de habla hispana.

Otras salidas para el itinerario Península Antártica: 12 de enero y 14 de febrero de 2012. ☺

Más información:

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

y Tl.: 93 415 27 19.



Conectate a

# www.boletintat.com

EL BOLETIN DIGITAL SEMANAL DE TURISMO PROFESIONAL

Editado por TURISEM, S.L. distribuye PIPELINE. es, que envía a más de 42.000 destinatarios

PONGA AQUÍ SU BANNER DE PUBLICIDAD



Único Boletín que las imágenes se distribuyen junto al cuerpo del boletín embebidas en el mismo mensaje de correo electrónico

Todos los lunes lo encontrarás en tu correo electrónico, suscríbete directamente en [www.boletintat.com](http://www.boletintat.com) pincha en la casilla de suscripciones

Todos los boletines publicados están disponibles en la web [www.tatrevista.com](http://www.tatrevista.com)



# La mayorista de viajes pionera en la apertura de destinos, acaba de presentar su propuesta para una vuelta al mundo



- \* 37 años de experiencia avalan su labor
- \* Politours Sea Cruises y la Naviera Classic International Cruises presentan un exótico y extraordinario itinerario

La mayorista de Viajes Politours S.A. presente en el mercado nacional desde 1974 y pionera en la apertura de nuevos destinos internacionales, propone en esta ocasión dar la **Vuelta al Mundo en un Crucero** muy especial a bordo del *Princess Danae*.

Politours Sea Cruises® y la Naviera Classic Internacional Cruises, con 30 años de experiencia, nos presentan una extraordinaria Vuelta al Mundo en Crucero de 127 días de duración, con un inmejorable itinerario tan exótico como interesante, y también puede realizarse en 7 tramos de 15 a 26 días. El recorrido de esta singladura parte de Marsella a donde igualmente retorna.

Nuevamente Politours S.A., está orgulloso de presentar un producto de alta calidad, para sus clientes exclusivos. ☺



**SICILIA ENTRE VIÑEDOS.**

# OTRA ITALIA PECULIAR POR DESCUBRIR

**El territorio siciliano, ya privilegiado por unas bellezas naturales ennoblecidas con la huella humana de las sucesivas civilizaciones, traza una senda enológica a lo largo de sus islas satélites y de su franja costera en Trapani, enriqueciendo con un valor añadido su oferta turística**

**S**i numerosos son los motivos que pueden convencer al viajero a decidir sus destinos vacacionales, además de los elementos naturales –paisaje y clima– y culturales –patrimonio arqueológico-histórico-artístico–, una gran atracción la ejercen la enología (en pleno desarrollo) y la gastronomía, que aúnan en sí mismas estos dos aspectos fundamentales

Se trata de una travesía a través de las diversas culturas de la vid y del vino en Sicilia dentro de un ambiente, que respeta su legado





ancestral, captando la singularidad de sus viñas donde brotan vides jóvenes y añejas cuya esmerada extracción vinícola logra colmar las exigencias del más sibarita.

De hecho, una cadena de bodegas históricas armadas de viñedos jalonados en unos terruños donde la tierra y el sol en afortunados enclaves se alían para deleitar el paladar con las exquisiteces obtenidas de sus viduños autóctonos –Zibibbo y Grillo, especialmente– desde épocas remotas.

Una vinivicultura que se beneficia de la influencia del mar, dada su proximidad, otorgándole esa unicidad al bouquet, en las islas sicilianas de PANTELLERÍA, la Pantaleonea de la dominación catalana, isla volcánica recordada por Dante como ‘el ombligo del Mediterráneo’ controlado por el castillo árabe-normando-español, donde la arquitectura ancestral –el ‘dammuso’ o el jardín pantesco genialmente ideado para recoger el agua y defenderse del viento–, que parece sellar un hermanamiento entre Oriente y Occidente, y el paisaje rural, que se ofrece exclusivamente único, con sus murallas de piedra oscura y sus heroicas terrazas escalonadas sobre las laderas donde brotan viñas bajas y olivos enanos, se destaca por su alta y excelente producción de uvas y pasas Doc, las que mejor se adaptan a las características minerales de estos suelos sureños.



Tras un severo proceso, aquí nacen y maduran, rigurosamente bajo los rayos solares, los vinos moscatel ‘Moscató’ –exprimido de la uva melosamente dorada– y dulce especial ‘Passito de Pantelleria’ –extraído de la pasa– en las prestigiosas bodegas artesanales ‘Donnafugata’ (con campo experimental para la valorización del Zibibbo), ‘Abraxas’, ‘Murana’ y ‘Pellegrino’ que con orgullo renuevan, añade tras añada, la vendimia a mano, pago por pago, para emprender la aventura de la vinificación, una de las elaboraciones más antiguas del mundo, y así



obtener un vino con personalidad y estructura, fruto de esas colinas empujadas hacia el mar para atrapar su brisa salina.

FAVIGNANA, que, junto con sus compañeras Levanzo e Marettimo

en las Égadas, flota sobre unas aguas cristalinas en contraste con un verde inesperado, debe su nombre al viento 'favonio' de poniente. Definida una 'mariposa en el mar' por el artista Salvatore Fiume, coronada por una fortaleza normanda, desde 1874

debe su fama a la antigua Atunera -una de las últimas activas en Italia- dada la abundancia de atún rojo que la rodeaba (de ahí sus especialidades gastronómicas a base de este pescado). Ahora una iniciativa de la bodega 'Firriato', tras un siglo de pausa, reintroduce el cultivo de la vid y bautiza su primera vendimia espejada en las aguas de la playa. "La mineralidad del terreno y la sapidez marina prometen un producto de gran identidad" declara la decidida Señora del Vino que dirige esta marca en una verdadera apuesta (¿o desafío?) con la naturaleza.

Ya en la costa de Trapani, MARSALA, la antigua Lilibeo púnica y actualmente la 'Ciudad del Vino', cuna del 'Sirá' considerado el mejor tinto de la isla, las bodegas Caruso&Minini y Rallo se añaden a las excelencias y confirman su prestigiosa denominación de origen.

Frente a ella, en la reserva natural del gran Estanque de Marsala, surge un archipiélago de 7 islas. De éstas, MOZIA, fundada en el siglo VIII a.C., constituye una joya arqueo-

lógica con los vestigios de un asentamiento fenicio descubierto por G. Whitaker y documenta in situ la perfecta fusión de las culturas fenicia y griega, al tiempo, que sorprende por su viña 'Tasca d'Almerita' donde Giacomo Tachis convencido de la potencialidad enológica intuía en ese microclima, replantó el viduño 'Grillo' con el exitoso resultado de un amable vino dorado.

Al igual que los elegantes de 'Gorghi Tondi', cerca de Mazzara del Vallo, empresa dirigida con pasión por Anna Maria y Clara Sala, hijas de un bodeguero de origen español, cuya larga experiencia se concentra en la singularidad de sus productos.

Una filosofía de calidad que regala la emoción de catar unos vinos exclusivos generados en añadas extraordinarias tras una severa selección de viñas y viduños. En ellos se entrelazan la experiencia y el entusiasmo de dirigentes que se miden en el objetivo de expresar una

fuerza y una elegancia especiales en sus botellas. Se trata de productores, cuyo denominador común obedece a una política de calidad que respeta al consumidor más entendido, ganándose toda su confianza.

Detrás de las numerosas etiquetas se cuela un variado abanico de deliciosos sabores e intensos aromas, dotados de una armonía envolvente que consigue ese anhelado gusto largo, fruto de unas vendimias artesanales y a unas vinificaciones capaces de resaltar la personalidad y la estructura del producto. Indudablemente, cualquier viduño plantado en Sicilia se somete a la interpretación de un territorio que le regala un toque inconfundible.

Y como todo producto que se respeta, cada vino encuentra su reciprocidad en la gastronomía, exaltando una complejidad heredada de anteriores civilizaciones.

Si el pensador Zigmund Bauman reclama "la herencia cultural europea como la mejor arma para salir de la crisis" o el filósofo Hans-Georg Gadamer "la diversidad es el mayor tesoro que Europa puede dar al mundo" así como Rudolf Steiner "el viejo continente morirá cuando deje de prestar atención a los detalles", Sicilia tiene muy en cuenta estos dictámenes afanándose exhaustivamente en el sector vitivinícola. ◉

**Texto: Carmen del Vando Blanco**  
**Fotos: Eric Vandeville**

**Sugerencias:**

*En PANTELLERIA:*

*Hotel 'Suvaki' escalonado hacia la costa*

*Restaurante 'La Nicchia' donde se come en un auténtico jardín amurallado*

*Restaurante 'Zubebi' situado en un elegante 'dammuso' arabeizante*

*En FAVIGANA:*

*Hotel Tempo di Mare, un balcón asomado al mar*

*En MARSALA-TRAPANI:*

*Hotel Baglio Basile, magnífico palacio del siglo XIX*





### Premia a Viajes El Corte Inglés como primero en ventas de TAM en España

\* *Los premios entregados en Madrid reconocen la labor de las mejores oficinas de ventas en España*

**TAM Airlines** celebró el pasado martes 13 de septiembre la edición española del TOP TAM Internacional 2011 dirigido a las principales agencias de viajes españolas. Y en el que se premiaron a las diez agencias que más ventas han realizado de TAM Airlines durante el último año en el mercado español.

Jorge de Jesús, gerente general de TAM para España, Portugal y África fue el encargado de hacer la entrega de los



galardones. "Estamos especialmente satisfechos de reunir en esta ocasión, que coincide con nuestro 35 aniversario, a colaboradores que nos ayudan en El Espíritu de Servir", afirmó Jorge de Jesús.

La agencia de viajes ganadora ha sido Viajes El Corte Inglés, que además será la representante española en la ceremonia del TOP TAM 2011, que

tendrá lugar el próximo 28 de octubre en el Hotel Transamérica Ilha de Comandatuba del estado de Bahía en Brasil. El resto de las premiadas han sido: Halcón-Ecuador Viajes, Grupo Orizonia, Carlson Wagonlit Travel, American Express Barceló Viajes, Viajes Transfronteras, Viajes Gacelabus, Viajes Flytour, Viajes Dominicana Tours e IA Viajes. ☺



### Nuevos proveedores Agosto 2011



**D**urante el pasado mes de agosto, los desarrollos de Internet para el sector de Agencias de Viajes han registrado más de 77 millones de accesos (77.122.601 accesos), más de 1 millón de visitas (1.087.966 visitas) y más de 16 millones de páginas visualizadas (16.532.585 páginas, sin contar las visualizaciones desde cachés). Estos datos incluyen las estadísticas de Orbis Vending (7.142.351 accesos, 137.867 visitas y 1.585.973 páginas <http://www.orbisv.com/stat/>), las estadísticas de los Orbis Booking hospedados en Pipeline Software (19.575.619 accesos, 305.148 visitas y 8.161.823 páginas) y las estadísticas de los desarrollos sectoriales, incluyendo herramientas como **Login Único** y **Orbis Hoteles** (50.404.631 accesos, 644.951 visitas y 6.784.789 páginas <http://control.aavv.net/global/>).

En conjunto, se han realizado desarrollos para más de 5.000 Agencias de Viajes en España y Portugal, así como otras organizaciones relacionadas con el sector (Mesa del Turismo, Asociación Española de Profesionales del Turismo, Asociación Española de Compañías Aéreas, Asociación de Compañías de Aviación Civil en España, ...). También desarrollan otros servicios y herramientas Internet como **Orbis Hoteles**, FlightScanner y TDC Mail. En [www.aavv.com](http://www.aavv.com) pueden encontrar en todo momento una relación actualizada de sus principales desarrollos (apartado Proyectos).

Más de 3.500 agencias disponen del sistema **Login Único** implantado en sus Intranets. Durante agosto se han registrado 158.814 sesiones de trabajo en estas Intranets.

**Login Único**, entre otras prestaciones, ofrece acceso directo para estas agencias a 174 sistemas de reservas. La relación de estos sistemas está disponible en [www.loginunico.com](http://www.loginunico.com). Durante agosto se han realizado 638.114 accesos a estos sistemas de reservas a través del **Login Único**.

También presta servicios de correo electrónico para 2.500 agencias de viajes. Durante agosto han gestionado más de 9 millones de mensajes de correo con un tamaño total de 655 GB, de ellos, 3.555.486 mensajes con un tamaño total de 575 GB, se han distribuido correctamente y 5.585.487 han sido rechazados por las reglas antirelay, sus sistemas antivirus y Greylist (principalmente SPAM) o no han podido enviarse.

**Orbis Hoteles** ([www.orbishoteles.com](http://www.orbishoteles.com)) es el sistema para búsqueda y reserva en múltiples proveedores de alojamiento. Los proveedores que componen actualmente su núcleo central son: Bancotel, Bedsonline, GSM Hoteles, Hotelplus, Hotusa, Keytel, OctopusTravel, Restel, Rhodasol-Turimar y Transhotel. Desde enero del año 2008, disponen de una versión de **Orbis Hoteles** en portugués, utilizada actualmente por Airmet Portugal (incluyendo Qviagem!). ☺

## España bate un récord histórico en agosto con la entrada de 7,64 millones de turistas internacionales

- \* *Se trata de la mayor entrada mensual de turistas internacionales desde que se inició la estadística Frontur en 1995*
- \* *Entre los meses de enero y agosto han llegado a España casi 40 millones de turistas, un 7,8% más que en 2010*
- \* *En agosto, destacaron los aumentos del 16,7% de turistas procedentes de Estados Unidos, del 12,3% de alemanes y del 10,5% de italianos*



**E**spaña registró en el mes de agosto un récord histórico en la entrada de turistas internacionales desde que se inició la estadística Frontur con la llegada de 7,64 millones de turistas, un 9,4% más que en agosto del año pasado. En agosto nos visitaron 655.000 turistas internacionales más que en el mismo mes del año anterior. Entre enero y agosto, llegaron a España casi cuarenta millones de turistas internacionales, con un incremento del 7,8%, ó 2,9 millones más, con respecto al mismo periodo del año anterior.

En la evolución de los mercados destaca el fuerte incremento de la entrada de turistas procedentes de Estados Unidos, tanto en agosto como en el acumulado con alzas del 16,7% y del 15,7%, respectivamente. La recuperación de la salida de alemanes hacia España también ha sido importante, registrando un incremento del 12,3% en agosto.

Todas las principales Comunidades Autónomas de destino registraron aumentos en la entrada especialmente la Comunidad de Madrid, que recibió un 42,6% de turistas internacionales más favorecida por la celebración de la Jornada Mundial de Juventud, y Canarias, que registró un alza del 16,1%.

**Mercados emisores:** Reino Unido, con el 23,7% del total y 1,8 millones de turistas en agosto. Fue el mercado que registró el alza más importante en el mes, con 128.000 más, que se concentraron en Canarias, Comunidad Valenciana, Baleares y Andalucía.

Francia, con el 19,7% de las llegadas, registró un alza del 8% en agosto hasta 1,5 millones, convirtiéndose en el segundo mercado.

Alemania aparece en agosto como tercer mercado emisor, con el 14,1% del total y más de un millón recibidos. En el resto de mercados, destacó el aumento de la llegada de estadounidenses, italianos (10,5%) y suizos (7,2%).

**Comunidades Autónomas de destino principal:** Cataluña fue el primer destino

turístico, con el 24,2% del total de turistas internacionales en agosto. Con el 23,9% del total de llegadas, Baleares registró 1,8 millones, un 8,5% más, procedentes sobre todo de Alemania, Francia, Reino Unido y Resto de Europa. Más de un millón, un 14,3% del total, escogieron visitar Andalucía en agosto, lo que supuso un crecimiento del 5% interanual. Canarias recibió más de 821.000 turistas internacionales, Comunidad Valenciana recibió en agosto casi 737.000, un 9,4% más que hace un año.

Por último, la Comunidad de Madrid con 550.000 turistas en agosto experimentó un incremento interanual del 42,6% debido a la celebración de la "JM11". Crecieron especialmente las llegadas procedentes de Italia, "Resto de América" y "Resto del Mundo".

**Vías de acceso, alojamiento y forma de organización:** Los turistas llegados por vía aérea en agosto aumentaron un 12,7% hasta alcanzar los 5,5 millones, frente a los 1,7 millones, un 2,6% más, que optaron por entrar al país por carretera. También en el acumulado predomina la vía aérea (el 77,4% del total), con un aumento del 10,3%.

Por tipo de alojamiento, en agosto subió más el no hotelero, un 13,3%, mientras que los turistas con alojamiento hotelero aumentaron un 6,4%.

En relación con la forma de organización del viaje, los turistas que contrataron paquete turístico crecieron un 17% en agosto mientras que los que no optaron por esta opción aumentaron un 6,7%. En los ocho primeros meses del año, también aumentó más el número de viajeros con paquete turístico que los viajeros sin este tipo de paquete. ☺



# EL PILOTO MANUEL SOS, DEL AERoclUB DE CASTELLÓ, CAMPEÓN DE LA XLV VUELTA AÉREA A ESPAÑA, XXVIII TROFEO DE S.M. EL REY

**Nota del editor:**

*Después de más de 20 años separado del mundo de la aviación deportiva, que fue durante los comienzos de mi vida activa, mi ilusión, participando desde 1956 en gran números de Vueltas Aéreas y Campeonatos de las diversas especialidades de los Deporte Aéreos; al recibir la noticia de que un gran amigo mío haya sido el vencedor de esta edición y volando en solitario que haya conseguido el XXVIII Trofeo de S.M. el Rey, (antes Copa), me hace rejuvenecer "unos años" y con cariño publicar en las páginas de TAT, que nunca ha tratado este tema, esta faceta tan apasionante de la aviación que tan buenos recuerdos tengo de ella.*

**Antonio Flórez**

**D**el 11 al 17 del pasado mes de julio de 2011 se celebró la XLV Vuelta Aérea de España y XXVIII Trofeo de S.M. el Rey, organizada por el Real Aero Club de España, con la colaboración de los aeroclubs de Granada, Tenerife y Gran Canaria. El piloto castellonense Manuel Sos, miembro del Aeroclub de Castellón, ha participado en esta prueba con su Cessna 172-N EC-EUV.

En esta edición la vuelta ha recorrido las Islas Canarias, volando a través de Marruecos. Es la tercera ocasión en que la vuelta visita Canarias, tras las ediciones de 1993 y 1999.

La Vuelta Aérea a España es una prueba no competitiva que tiene como principal objetivo difundir la aviación deportiva, además de estrechar relaciones entre todos los integrantes de la gran familia de la aviación general. En esta prueba participan normalmente tripulaciones formadas por 2 pilotos, que alternan las tareas de navegación y vuelo, aunque este año, debido al gran número de vuelos necesario, admitió la participación de tripulaciones formadas por 3 pilotos. El castellonense Manuel Sos fue el único participante que realizó la prueba volando en solitario.

La Vuelta Aérea a España suele convocar un gran número de aviones. En esta edición esta cifra se ha visto reducida debido a la larga duración de la prueba, la complejidad de volar sobre Marruecos, con procedimientos distintos y comunicación en inglés con los controladores, y la gran cantidad de horas de vuelo que deben realizarse sobre el mar. Todos estos factores convir-



**Manuel Sos recogiendo el Trofeo.**

tieron la Vuelta Aérea de este año en una vuelta especialmente dura y compleja.

Iniciaron la vuelta en la Base Aérea de Armilla (Granada) un total de 16 aviones de distintos aeroclubs españoles, que deberían realizar un total de 4 etapas. La vuelta se inició con la concentración de los participantes en la Base Aérea de Armilla. La primera etapa se realizó con el recorrido Armilla-Jerez-Tanger-Casablanca-Agadir. La segunda fue Añadir-Lanzarote-Gran Canaria. La

tercera fue Gran Canaria-La Gomera-Tenerife-Gran Canaria. Al día siguiente los aviones se trasladaron a Lanzarote, recorriendo como última etapa Lanzarote-Agacir-Casablanca-Jerez., donde terminó la vuelta y seguidamente la dispersión de los aviones a sus bases.

La Vuelta contó con la colaboración del Ejército del Aire. En esta ocasión, ha acompañado a la misma un avión Casa CN-235, con una tripulación militar formada por 5 pilotos y con funciones de apoyo, incluyendo el transporte de material y traslado de acompañantes.

La extensión exacta de la prueba depende de la ruta concreta de cada avión y el tiempo de vuelo depende de las características de cada avión, las condiciones meteorológicas y el tráfico en los aeropuertos. En el caso de la Cessna 172 de Castellón, ha recorrido un total de 5.395 Km (2.913 NM), con 34:50 horas de vuelo en 17 etapas.

La Vuelta Aérea a España combina las actividades de vuelo con múltiples actividades en cada una de las escalas,

Durante la Vuelta, se realiza también una prueba competitiva, En esta ocasión, se realizaron 3 etapas de competición bajo la modalidad ANR (Air Navigation Race), que han transcurrieron, respectivamente, sobre las islas de Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife.

Durante cada etapa de competición los pilotos deben mantener la ruta planteada por la organización, sin salirse de un pasillo virtual que tenía en esta ocasión 500 metros a cada lado del trazado, y mantener además el tiempo de paso exacto, tanto en el primer punto de la ruta, como en el último. Para comprobar la ruta efectuada, cada avión lleva un data logger que recoge en una memoria la posición exacta y el tiempo de paso por cada punto (por medio de un GPS interno), descargándose esta información en el ordenador de la organización técnica, que puede comprobar la ruta de forma gráfica sobre un mapa y calcular las penalizaciones.

El piloto castellanense Manuel Sos, ha resultado vencedor en esta



*Miguel Sos con su Cessna de Agadir.*



*Los participantes visitaron la Base Aérea de Gando.*



*Algunos participantes en Agadir.*

competición, alzándose con el XXVIII trofeo de S.M. el Rey. Teniendo como mérito muy especial ser el único participante volando sin segundo piloto., no teniendo por tanto ayuda en las tareas de navegación y realizar en solitario la prueba. El segundo clasificado fue: Carlos Eugui (17 veces campeón de España de pilotos), ya

un veterano en estas competiciones. Manuel Sos ha vencido también en dos de las tres etapas disputadas, quedando en segundo lugar en la tercera etapa, empatado a puntos con el primero. Los trofeos fueron entregados durante la cena de clausura celebrada en las instalaciones del Aeroclub de Gran Canaria. 🌐



# JUAN MANZANARES,

## DIRECTOR COMERCIAL

Juan Manzanares, Director Comercial de Guama Havanatur, ha trabajado por 28 años en este TT00, experto conocedor del destino Cuba, formador de varias generaciones de comerciales y vendedores en esta empresa, junto al equipo de trabajo ha desarrollado una destacada labor en la comercialización del producto turístico cubano, en varios segmentos, ha recibido varios reconocimientos de parte de los prestatarios y hoteleros cubanos en representación de Guama por su desempeño y fidelidad durante años.

**¿Cuándo se incorporo Guamá al mercado español?**

En 1981 comienza Havanatur a operar en España con el nombre de Guamá, llevamos 30 años ya en este mercado, que a propósito estamos festejando y nos sentimos orgullosos de contar con un equipo de trabajo muy fidelizado y conocedor del destino, lo que nos distingue como especialistas de Cuba

**¿Su actividad en España cuál es?**

Desde un principio hemos trabajado como tuoperador, vendiendo a través de agencias minoristas y también, sobre todo al comienzo, de algunas mayoristas que no cumplían "directamente" con los requisitos que exigía el destino.

Actualmente continuamos ofreciendo una gama muy variada del producto turístico cubano, los viajes a medida que han sido nuestro fuerte con la atención desde nuestro booking de forma muy personalizada. Más recientemente hemos apostado por las nuevas tecnologías y disponemos de la venta on line por nuestra web para los agentes de viajes tanto de paquetes turísticos como de servicios sueltos, dada la flexibilidad que exige el mercado hoy y las diversas opciones que el destino Cuba ofrece y que van más allá de la venta de combinados o las zonas de playa

Como aspecto a destacar fuimos los introductores de diferentes polos turísticos de Cuba en España y haber mantenido informadas y al día a las minoristas españolas, baste tan solo mencionar los más de 100 fam trips realizados desde nuestra apertura.

**Cada año desarrollan campañas de promoción conjuntas con la Oficina de Turismo, la de este 2011, ¿qué expone de novedad?**

Así es, cada año previo al verano y al invierno desarrollamos varias acciones con la Oficina de Turismo de Cuba encaminadas, como especialista del destino, a promover el producto turístico cubano con todas sus posibilidades, en esta ocasión hemos volcado nuestras fuerzas a las presentaciones y seminarios con la red de ventas, los agentes de viajes, que se enfrentan al cliente final para satisfacer preguntas y peticiones, y que dada las disímiles opciones del archipiélago cubano, vale

la pena repasar, con el fin de incentivar el conocimiento más allá de típico Habana - Varadero.

Por otra parte, el slogan de la Campaña "Auténtica Cuba" da un toque especial a la presentación del producto porque ha permitido exponer los valores culturales, patrimoniales, humanos, paisajísticos e históricos que atesoran las diferentes regiones del país, posibilidad que tenemos por se un destino muy seguro y contar con gente culta y hospitalaria.

Los soportes e impresos de la campaña han tenido una gran aceptación, pero en busca de "tocar sentidos" hemos optado por degustar el típico mojito, los platos típicos criollos y la música con agrupaciones de pequeño formato, con esto hemos dado un avance de lo que el cliente puede encontrar en Cuba con nuestra ayuda, en animados encuentros de profesionales.

La apuesta de Guama para vender Cuba sigue en pie y muy renovada.

**Nos puede decir qué ofrece Guamá**

Sobre todo "viajes a medida", pero "a medida" de verdad, como muy bien saben las agencias de viajes; gracias a nuestra pertenencia a Havanatur, líder de los receptivos cubanos, tenemos acuerdos comerciales con todos los prestatarios de servicios en Cuba, ya sean hoteles, líneas aéreas, restaurantes, espectáculos, marinas, museos etc, etc, si a esto le unimos nuestros acuerdos y cupos con Cubana, Iberia y Air Europa para los vuelos trasatlánticos, tenemos todos los elementos para "construir" cualquier programa, desde un simple paquete vacacional al más sofisticado incentivo

**¿Qué opinión tiene de nuestros turistas al elegir Cuba para sus vacaciones?**

Tal y como esta hecha la pregunta, le diría que la mejor de las opiniones por su sabia elección, y si a lo que se refiere es a la opinión de los turistas sobre el destino Cuba, le diría que son turistas que buscan algo más que Sol y Playa por una parte y por otra que son turistas de los más variados segmentos, familias, novios, mediana edad, jóvenes, estudiantes, grupos de incentivo, grupos con motivaciones artísticas, musicales o culturales etc etc, y todo esto junto a una seguridad puntera en su zona geográfica, el único país que puede darlo es Cuba.

**¿Trabaja independiente o a través de turoperadores o agencias de viajes españolas?**

Aunque oficialmente tenemos título de mayorista/minorista, operamos como turoperador a través de agencias de viajes a quienes siempre intentamos apoyar y asesorar para que puedan realizar con éxito su trabajo, son nuestros mejores aliados en esa dura batalla de conquistar al cliente

**¿Cómo ve actualmente el mercado español y en especial hacia Cuba?**

El mercado esta muy débil económicamente, y el precio ha pasado a tener un peso excesivo en la elección del viaje, lo que no es bueno ya que un precio, en principio muy atractivo, puede "tapar" servicios deficientes y al final el cliente se arrepiente, cuando ya es tarde, y "arremete" contra todo el sector.

Por otra parte la actitud de las líneas aéreas manteniendo o bajando tarifas, mientras suben los cargos por combustible, conociendo que los turoperadores marginamos sobre la tarifa y no sobre las tasas, nos deja en una situación muy difícil y anti rentable.

En el caso del destino Cuba, pienso que no pasa de moda y dadas las variadas opciones que tiene para ofrecer al viajero, con atributos altamente valorados como la seguridad y la hospitalidad de los cubanos, está siempre con demanda, muestra de ello son los resultados alcanzados en la reciente temporada de verano, con buenos niveles de satisfacción además, lo que habla también de que es un destino con una clara apuesta por la calidad

**Además de ofrecer Cuba, ¿comercializa Guamá otros destinos?, si es así ¿Cuáles son?**

Sí, además de Cuba que es por lo que nos identifican, tenemos una serie de países que vendemos en combinación con Cuba como Costa Rica, México, Bahamas, Jamaica, Guatemala y próximamente Nicaragua, países que también ofrecemos sin combinar, y además trabajamos desde hace tiempo Chile, de hecho fuimos los primeros en operarlo sin combinar, Argentina y Perú y este año hemos sacado un programa con Fortaleza en Brasil, en todos estos países trabajamos con receptivos de una gran calidad y muy flexibles en sus programaciones, acorde con nuestro estilo. ☺



Andalucía

## La Junta realizó 233 acciones de promoción turística durante el primer semestre del año

\* *La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte mostró los atractivos del destino en un total de 46 mercados emisores de cuatro continentes*

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte llevó a cabo un total de 233 acciones de promoción turística del destino Andalucía durante el primer semestre del presente año 2011, se centraron en objetivos como la mejora de la rentabilidad turística, la reducción de la estacionalidad, el reparto de la actividad en el conjunto del territorio andaluz, la mejora de la eficacia de la promoción, la apuesta por las acciones al consumidor y el desarrollo de la Comunidad Turística y del uso de las redes sociales.

De este modo, se realizaron 13 tipologías de actuaciones, destacando 97 acciones inversas, la asistencia a 31 ferias del sector, la organización de

31 misiones comerciales, la puesta en marcha de 25 acciones directas al consumidor, 11 acuerdos de colaboración con intermediarios y nueve campañas de publicidad.

El conjunto de promociones desarrolladas en el periodo permitieron mostrar los atractivos del destino en un total de 46 países de cuatro continentes.

España y Alemania lideran los emisores en los que se realizó un mayor número de actuaciones, con 54 y 33, respectivamente, seguidos de Holanda y Bélgica con 18, Italia con 14 y Reino Unido y Francia con una docena respectivamente. En el mercado británico, el principal internacional para el desti-

no, el grueso del esfuerzo promocional se lleva a cabo en el segundo semestre con eventos como la World Travel Market.

Por su parte, los países emergentes de Europa sumaron un total de 25 acciones, los mercados lejanos 19, Estados Unidos y Canadá 12 y los países nórdicos 11, mientras que Latinoamérica fue el objetivo de cinco acciones.

### **Estrategia del Plan Director de Marketing**

La distribución responde a las estrategias marcadas en el Plan Director de Marketing, de modo que los mercados catalogados como Prioridad **A** (España, Reino Unido, Alemania, Francia, Benelux y países nórdicos) acapararon el 60% de la actividad promocional.

Por su parte, aquellos encuadrados en la categoría de Prioridad **B** (Irlanda, Italia, Austria, Suiza, Portugal, Estados Unidos, Canadá y los países del Este) reunieron el 28% y los de Prioridad **C** (principalmente mercados de Asia y Latinoamérica) sumaron el 12% restante.

Teniendo en cuenta que una acción puede dirigirse a varios segmentos específicos a la vez, por productos destacaron las acciones multisegmento (106), seguidas de las promociones centradas en la oferta cultural (70), de sol y playa (36) y de interior y naturaleza (29).

Se abordaron específicamente segmentos como el golf, el turismo de reuniones y el turismo deportivo, así como productos en los que Andalucía es especialmente competitiva, como la gastronomía, el turismo idiomático, el náutico o el de salud y belleza, entre otros. ●





EL MEJOR PROGRAMA INFORMÁTICO  
DE GESTIÓN COMERCIAL  
PARA AGENCIAS DE VIAJES  
LÍDER en ESPAÑA con 3.900 INSTALACIONES



Envío de mensajes a móviles desde las aplicaciones Orbis

Envío de documentación vía e-mail

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



Facturación electrónica  
Informes a clientes desde Internet



Captura las reservas de GDS y RENFE

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

Concilia automáticamente las liquidaciones de BSP a partir del fichero PDF

AMADEUS

ORIZONIA Viva *Baleares 100 PLAN* via Med *EURO JET*

worldspan

cicerone.com SOLPLAN turavia PUNTE@zul

Galileo *by Travelport*

BERCUBA SOLPLAN IBERYSSO iberojet CONDOR

Sabre renfe

PUNTA *EURO JET* TURIMAR *EURO JET* solole natura

BALEARIA Hotelplus SOLTOUR transHotel *EURO JET*

RURALJET *EURO JET* obreu keytel restel *EURO JET*

*EURO JET* GSM AKALIA *EURO JET* ibero taeds *EURO JET*



Genera el fichero de AMEX



pipeline Software  
www.pipeline.es

AVV *com*  
www.aavv.com

C/ Estatuto, 6 A bajo - 12004 CASTELLON  
Tif.: (902) 10 19 44 - Fax: (964) 22 12 00 - castellon@pipeline.es  
Delegación en Madrid - C/Linares, 14 Locales 2-3 - 28025 MADRID  
Tif.: (91) 542 28 88 - Fax: (91) 547 87 82 - madrid@pipeline.es



## El Congreso de Ética y Turismo apuesta para que se intensifiquen los esfuerzos por situar la ética en el eje del desarrollo turístico

**D**iez años después de la adopción del Código Ético Mundial para el Turismo por la Asamblea General de las Naciones Unidas, se ha celebrado en Madrid el primer Congreso Internacional de Ética y Turismo en el que han participado ponentes del más alto nivel y casi un millar de altos funcionarios de turismo, líderes empresariales, organizaciones internacionales y expertos en el campo de la ética y el turismo, para debatir el modo de garantizar la responsabilidad y la sostenibilidad del turismo.

El Código, en sus diversos ámbitos de aplicación, considera la protección al consumidor, la responsabilidad corporativa, la protección de la infancia y de los grupos de población más vulnerables como las personas mayores y los minusválidos, la

sostenibilidad cultural y medioambiental, el dialogo entre culturas, así como su visión del turismo como promotor del desarrollo y de los derechos humanos fundamentales.

“En el actual ambiente económico, es más importante que nunca que todos los sectores se adhieran a principios éticos”, afirmó el secretario general de Turismo y Comercio Interior español, Joan Mesquida al inaugurar el Congreso.

En su conferencia magistral, el Alto Representante de las Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones, Jorge Sampaio, habló de “la necesidad de avanzar hacia una sociedad sostenible apoyada en sólidos cimientos éticos. Dado que implica el desplazamiento de millones de personas, el turismo puede asumir un



papel protagonista en la creación de un sentimiento común de responsabilidad”.

El secretario general de la OMT, Taleb Rifai, alertó de que “un sector turístico sin conciencia ética puede causar daños irreparables a nuestro planeta. Tenemos que hacer que la ética, la responsabilidad y la sostenibilidad sean la médula espinal de todas nuestras actuaciones y garantizar la adopción de los principios del Código Ético Mundial para el turismo”. También hizo hincapié en el lema del Día Mundial del Turismo de este año, “Turismo y acercamiento de las culturas”. Con casi mil millones de turistas que cruzan fronteras internacionales, el turismo es la mejor forma de conocer de primera mano otras culturas, relacionarse con ellas y aprender. Este intercambio cultural impulsa el diálogo entre las naciones y los pueblos, fomentando el entendimiento mutuo, el respeto y, en última instancia, la paz.

El Congreso fue clausurado por el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián y SS. AA. RR. los Príncipes de Asturias.

**José Antonio Fernández Cuesta**



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

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

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

30 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

**Los últimos Directorios**





**OLIVIER RUST**

**Nuevo Director de Ventas del Hotel Alfonso XIII**

➔ **Olivier Rust**, cuenta con amplia experiencia en el sector hotelero internacional, habiendo trabajado para la cadena Starwood Hotels & Resorts desde 1999 en Hoteles como ArabellaSheraton Bogenhausen (Múnich) o el Hotel Negresco (Niza), antes de incorporarse en 2004 al equipo de ventas Global de la marca Luxury Collection en Frankfurt. En 2005, **Olivier Rust** se trasladó a España para formar parte del equipo del complejo Arabella Golf & Spa Resort Mallorca, que se compone del St. Regis

Mardavall Mallorca Resort, Castillo Hotel Son Vida y Sheraton Golf Hotel Mallorca, como Sales Executive, Account Manager, hasta que en 2008 fue nombrado Senior sales Manager del St. Regis Mardavall Mallorca Resort. ●



**ULRIKE BOHNET**

**Nueva directora de la oficina Nacional Alemana de Turismo en España**

➔ **Ulrike Bohnet**, de nacionalidad alemana, cuenta con una larga trayectoria profesional en el sector turístico en España, tanto en el mercado del outgoing

como del incoming. Su último puesto fue como Área Manager de Mercados Europeos en Turismo Madrid, empresa pública de la Comunidad de Madrid. Licenciada por cuatro universidades europeas y MBA en Dirección de Empresas Turísticas en el Instituto de Empresa de Madrid. El puesto de dirección de la oficina de Madrid quedó vacante en virtud del proceso de rotación planificado para el año 2011. Harald Henning, que ocupaba el puesto hasta ese momento, asume desde el 1 de septiembre de 2011 las mismas funciones en la oficina en Zúrich del Turismo Alemán. ●



**REINALDO RODRIGUEZ**

**Nuevo director general de Navegación Aérea**

➔ **Reinaldo Rodríguez** nuevo director general de Navegación Aérea. Sustituye en el cargo a Carmen Librero, que

abandona el puesto por motivos personales. **Reinaldo Rodríguez** es Ingeniero Superior de Telecomunicaciones, controlador aéreo y miembro del Cuerpo de Ingenieros Superiores de Radiodifusión y Televisión del Estado. En 1995, fue nombrado director general de Telecomunicaciones y en 2005 fue designado presidente de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, cargo que ha ocupado hasta el pasado mes de abril. ●

**Ésta es su casa**

*Le ofrecemos calidad, buen servicio y amistad*

Restaurante  
**Boñar de León**



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



# TURIS'EM

congresos/convenciones/incentivos/hoteles



## Cierra el período de verano 2011 con un 2,22% de ocupación y mejores resultados de restauración que en las mismas fechas del año pasado

**P**aradores de Turismo de España cierra el periodo de verano 2011 mejorando los resultados de ocupación, restauración y facturación obtenidos durante las mismas fechas del año pasado.

La empresa ha visto ocupadas 5.805 habitaciones más que el último verano (un 2,22%), ha incrementado el número de cubiertos servidos en 5.317 (un 1,09%) y ha facturado 145.000 euros más (un 0,3%) que durante la temporada estival de 2010. Unos datos, según el presidente de la cadena, Miguel Martínez, "moderadamente optimistas de cara al cierre de este ejercicio a pesar de la crisis".

Por comunidades autónomas, el mayor índice de ocupación lo han registrado los Paradores asturianos y valencianos, superando el 90% de su aforo. Los siguen de cerca los andaluces (81,03%), cántabros (86,66%), gallegos (81,44%) y vascos (82%).

En lo que se refiere a la actividad acumulada desde el 1 de enero y hasta

el 31 de agosto de 2011, se han ocupado 1,04 millones de plazas de clientes nacionales (un 3% menos que en 2010) y 460.000 de clientes extranjeros, que aumentan en un 6% la cifra del año pasado.

Estos datos se traducen en 800.000 habitaciones ocupadas y 1,5 millones de cubiertos servidos, que han dado como resultado unos ingresos de 160 millones de euros frente a los 159 obtenidos en 2010.

En cuanto al precio medio de la habitación en lo que llevamos de año, sigue siendo similar al del ejercicio pasado con unos 97 euros al igual que el del cubierto, establecido en torno a los 42 euros.

Según Martínez, las previsiones son optimistas hasta final de año: "Hemos equilibrado las diferencias del primer semestre y es de esperar, por las expectativas de reservas para septiembre y octubre, que se consoliden los resultados en el último cuatrimestre de 2011".

## NH Abre su séptimo establecimiento en Frankfurt, el "NH Frankfurt Messe"

*\* Con esta apertura, la cadena alcanza los ocho establecimientos y las 1.405 habitaciones en el área del Rin (incluidos Frankfurt y Wiesbaden)*

**NH Hoteles** abre su séptimo establecimiento en Frankfurt, el octavo en la principal área del Rin (Frankfurt y Wiesbaden). Situado frente la Feria de Congresos y Exposiciones de la urbe, **NH Frankfurt Messe** es un hotel de cuatro estrellas que será operado en régimen de arrendamiento.

**NH Frankfurt Messe** dispone de 65 habitaciones, dos junior suites y tres apartamentos equipados con cocina. Cuenta, asimismo, con un gran desayunador, restaurante y bar, así como con una terraza de verano ideal para el relax.

En la renovación del **NH Frankfurt Messe** se ha instalado un complejo sistema tecnológico de control que permite ajustar el consumo energético y el del agua de forma más eficiente.



## Presenta el Nuevo Motor de Reservas en España y Portugal

*\* Con tecnología XML-Direct Connect para sus webs corporativas, simplifica la reserva y facilita la búsqueda del hotel a los clientes*

La Cadena **Best Western** en España y Portugal, siguiendo con su estrategia de ofrecer a sus clientes y hoteles independientes integrados las máximas ventajas, acaba de presentar una nueva versión de su Motor de Reservas, para sus Webs corporativas, con tecnología XML - Direct Connect. La gran ventaja para los clientes es que resulta muy ágil, flexible y rápida. En tan sólo tres pasos se puede realizar una reserva on line con confirmación inmediata.

*Nos gusta*

# El Mundo

*Camboya*

*nos gusta*

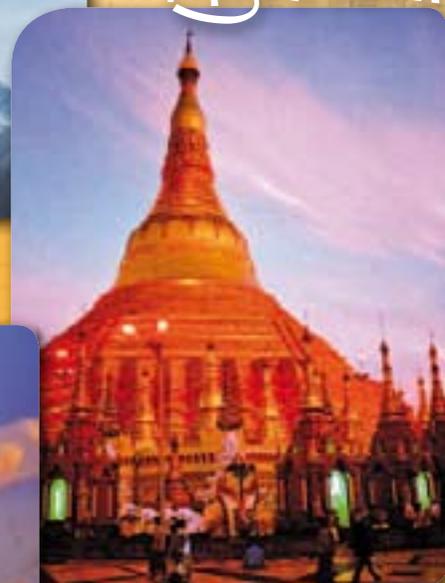
**POLITOURS**



*Nepal*



*Myanmar*



*China*



*Thailandia*

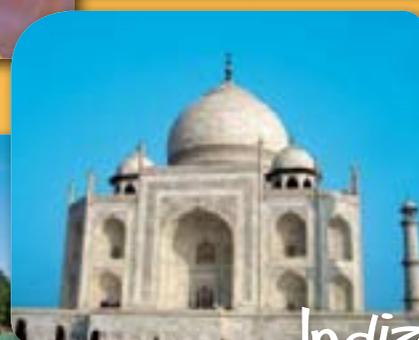


*Sri Lanka*

*Hong Kong*



*Maldivas*

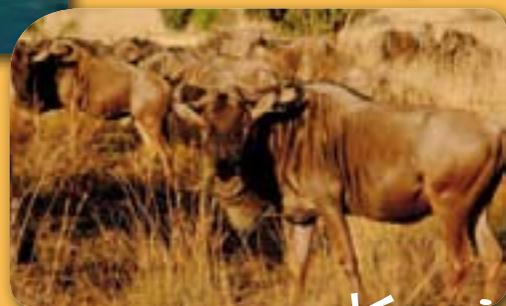


*India*

*Cuba*



*Perú*



*Kenia*

Información y reserva en su agencia de viajes



# POLITOURS

CAA-19

Tel.: 902 760 872

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

# Déjate tentar por Madrid

Pon tus sentidos alerta para descubrir el nuevo look de Madrid. Pasea por las elegantes calles de Serrano o Jorge Juan. Ahora tienen más espacio para que descubras nuevas tiendas y terrazas con estilo. Disfruta de tus compras como nunca imaginaste.

Prepara tu visita en [esmadrid.com](http://esmadrid.com)



Museo Lázaro Galdiano



Calle Jorge Juan, 5



Calle de Serrano



Calle Jorge Juan. Barrio de Salamanca

**Madrid. Un estilo de vida**

