

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

Tunisair,
la compañía
bandera de Túnez
ofrece este verano desde
Madrid una frecuencia adicional
todos los miércoles



RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

por Alberto Rumschisky

El pedido de 230 aviones que ha hecho a Boeing la aerolínea indonesia Lion Air, por un valor total de 16.700 millones de Euros (el mayor en la historia del fabricante norteamericano), confirma la creciente demanda de transporte aéreo comercial por parte de Asia. Este vasto continente se ha convertido ahora en el mayor y más rentable de los mercados mundiales en desarrollo, y los analistas aseguran que esta demanda está sólo comenzando. Como gran parte de Asia está separada por agua, se hace difícil viajar por tierra a ciertos destinos, y esto da un impulso a las aerolíneas de bajo costo.

Estas líneas de bajo costo, como Jetstar, la malasia Air Asia y Tiger Airways de Singapur, están dirigiendo la demanda ofreciendo vuelos a ciudades asiáticas que hasta ahora no tenían servicios directos. De este modo, las aerolíneas regulares se ven forzadas a reducir sus tarifas y, en algunos casos, a crear sus propias líneas de bajo costo. Y las aerolíneas norteamericanas, por su parte, en un esfuerzo por no quedarse atrás, están reforzando sus servicios de largo alcance a Asia y formalizando convenios con las compañías aéreas asiáticas.

Air Asia, cuyo lema es "Ahora todos pueden volar", ha hecho a Airbus un pedido de 200 aviones A320, para sus vuelos de hasta cuatro horas. El pedido importa un total de 14.100 millones de euros, y los aviones serán entregados a lo largo de los próximos 15 años. Air Asia, que ahora tiene 95 reactores, ha transportado a más de 100 millones de pasajeros, lo que representa tres veces el total de la población de Malasia. Las rutas más populares de esta aerolínea incluyen las que unen Malasia con el sur de China, Indonesia y Tailandia. Recientemente se ha añadido Danang, su tercer destino en Vietnam. Air Asia también toma el ejemplo de las líneas europeas de bajo costo, y periódicamente ofrece "asientos gratis", por lo que los pasajeros sólo pagan las tasas del aeropuerto y algunos cargos adicionales para volar a destinos tales como Phuket, en Tailandia.

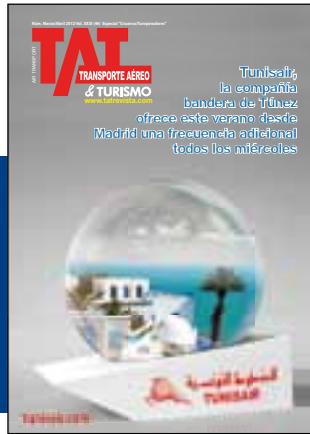
Esta situación es el resultado de que las economías en pleno desarrollo, como China y la India, están sacando de la pobreza a millones de sus ciudadanos. Desde 1990 hasta 2008, la clase media de los países asiáticos en desa-

rollo se ha triplicado, hasta llegar a los casi 2.000 millones. El Banco Asiático de Desarrollo define a este sector de acuerdo con sus gastos, que estiman entre 2 y 20 dólares al día, y que aumentan su demanda de los bienes y servicios típicos de la clase media: televisores, neveras, automóviles y viajes. Y cuando el producto bruto doméstico por año y per capita pasa de los 3.000 dólares, esa población tiene ya medios suficientes para volar.

Para entender el potencial de este mercado asiático, hay que considerar que China y la India albergan un tercio de la población mundial. Según un estudio hecho por la IATA, el consumidor medio chino sólo viaja en avión una vez cada cinco años, mientras que su congénere indio lo hace una vez cada 20 años. En los países desarrollados, típicamente en Estados Unidos, el promedio es de casi dos vuelos por persona y por año. Mientras las economías de Norteamérica y Europa están en crisis, Asia se presenta como el terreno ideal para que la aviación comercial pueda arrojar beneficios.

Al tiempo que las aerolíneas de bajo costo están creciendo especialmente en el sudeste de Asia, también comienzan a coger impulso en Japón, Corea del Sur y China. La penetración es muy lenta en el noreste asiático. China tiene sólo una línea de bajo costo, Spring Airlines, pero quiere comenzar a operar en Japón. Por su parte, la australiana Qantas se está asociando con Japan Airlines y el conglomerado Mitsubishi para lanzar en Japón a Jetstar Asia. Y, a su vez, All Nippon Airways se asocia con Air Asia para volar dentro de Japón y a Corea del Sur.

Alan Joyce, el director ejecutivo de Qantas, ha declarado a la prensa que "el futuro estará en los viajes a y dentro de Asia", que "tiene un porvenir masivo todavía no explotado". Al tiempo que propietaria de Jetstar, Qantas es accionaria de otra nueva compañía del sector, Valair. Por su parte, el año pasado la japonesa ANA ha entrado en este mercado con una aerolínea llamada Peach, que esta primavera comienza a volar entre Kansai (Japón) y varias ciudades asiáticas. Así, los analistas del sector han acertado plenamente en sus pronósticos: al comienzo de 2012 las líneas de bajo costo tienen ya el 20 por ciento del total de vuelos en el mercado de Asia-Pacífico. ●



Número Marzo/Abril 2012
La compañía Aérea Tunisair incorpora una frecuencia más Madrid-Tunez



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...

● **Iberia Express se presenta a los medios de comunicación 6**

ESPECIAL CRUCEROS

● **Evolución de los Cruceros en 2011/2012..... 15**

ENTREVISTAS

- **Manuel Buitrón, presidente director general de Politours 24**
- **Vicente Blasco, presidente de AEDAVE 38**
- **Abdul Rahim Haron, director de Turismo de Malasia..... 42**
- **Betin Budzaku, gerente de Andorra Turismo 47**

REPORTAJES

- **Túnez, un país fascinante en el corazón del Mediterráneo..... 28**
- **Un breve recorrido por la costa alemana 34**

FERIAS

- **FITUR 2012, se cerró con menos espacio pero mayor actividad 48**
- **ITB 2012, Una edición caracterizada por el incremento de visitantes y operaciones comerciales 53**

TURISEM

● **Turismo de empresas 57**

OBITUARIO

● **Matilde Torres, un baluarte del turismo 45**

■ **Presidente-Editor:** Antonio Florez. ■ **Directora:** M^a 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^a Teresa Fernandez. Adán Florez. ■ **Dirección, Redacción y Publicidad.** Mejico, 31 -1º 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 3º 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

IBERIA EXPRESS

Presentada a los medios de comunicación Iberia Express

Sus operaciones comenzaran con 17 rutas en la temporada de verano. La compañía finalizará el año 2012 con 14 aviones y unos 500 empleados. La nueva aerolínea ofrecerá billetes en vuelos domésticos y a Baleares a partir de 25 euros.

Iberia Express, la nueva filial de Iberia para operar rutas de corto y medio radio, ha comenzado a volar el domingo 25 de marzo cubriendo cuatro destinos nacionales: Mallorca, Alicante, Málaga y Sevilla.

Las rutas que completan la temporada de verano incluyen 17 vuelos en total. Ocho nuevos destinos nacionales (Vigo, Santiago, Granada, Menorca, Ibiza, Fuerteventura, Lanzarote y La Palma) y cinco rutas internacionales: Dublín, Nápoles, Mikonos, Riga y Ámsterdam.

La nueva aerolínea, participada al cien por cien por la compañía Iberia, se ha presentado el pasado viernes 23 ante los medios de comunicación en Madrid, en un acto que ha contado con la presencia del consejero delegado de Iberia, Rafael Sánchez-Lozano, y el consejero delegado de Iberia Express, Luis Gallego.

Rafael Sánchez-Lozano, en su comparecencia ante la prensa, ha hecho hincapié en que Iberia Express "será una historia de éxito", que viene a hacer mejor al Grupo Iberia. "Realizará rutas de corto y medio radio de forma rentable, abrirá nuevos destinos y conexiones, y aportará tráfico a la red de largo radio donde Iberia tiene centrados sus planes de crecimiento".

17 destinos para la temporada de verano



Luis Gallego, consejero delegado de Iberia Express y Rafael Sánchez-Lozano, consejero delegado de Iberia.

Según Luis Gallego, "la contención de los costes permitirá a Iberia Express crecer y hacer frente a las compañías de bajo coste". Gracias a la creación de Iberia Express, el grupo puede ofrecer a sus clientes tarifas más asequibles, con el mismo nivel de calidad de servicio y la experiencia de Iberia. De hecho, la compañía ofrecerá próximamente vuelos domésticos y a Baleares con precios a partir de 25€.

Los primeros vuelos se hacen con Iberia, pero volando con Iberia Express. Si algún pasajero no está de acuerdo puede anular su vuelo y le será reembolsado su importe.

Los billetes se pueden adquirir a través de su página web Serviberia y en Agencias de viajes.

La compañía comienza sus operaciones con cuatro Airbus A320, a los que se irán sumando aeronaves hasta completar una flota de 14 aviones a finales de 2012. Dichos aviones han sido alquilados a Iberia, según declaró el consejero delegado, Luis Gallego.



Primeros pasajeros subiendo al A320.



El A320 recibe el bautizo bajo el arco de agua en Barajas.



Compañía de low cost para las ciudades pequeñas y medianas de Europa se presentó en Madrid.

** Iniciará su actividad en Venecia en Abril con tres aviones Boeing 717 de 125 plazas y ofrecerá un precio muy competitivo en mercados donde no hay tarifas bajas*

La compañía aérea **Volotea**, la low cost de las pequeñas y medianas ciudades de Europa, comenzará sus operaciones el próximo mes de abril en el aeropuerto Venecia-Marco Polo, que será su primera base operativa.

La compañía, que aspira a ser un referente en los trayectos de corto y medio radio en Europa, enlazará mediante vuelos directos, a precios muy competitivos, ciudades pequeñas y medianas del Continente (empezando en Italia, Francia y España) sin necesidad de pasar por un hub.

Iniciará su actividad en Venecia con tres aviones Boeing 717 y operará en un principio diez rutas, que irá ampliando posteriormente en verano hasta 20-25, operando vuelos tanto internacionales como domésticos.



Concentrará sus servicios en rutas punto a punto entre ciudades medias o pequeñas de Europa con un nivel de precios muy elevado o sin vuelos directos entre sí, y pretende ser una alternativa óptima a los vuelos con conexiones, y también a largos y costosos trayectos terrestres, tanto por ferrocarril como por carretera.

Con una eficiente estructura de costes, basada en el modelo low-cost y con un tipo de avión muy competitivo, y la optimización del mapa de rutas les permitirá ofrecer un precio muy competitivo en mercados donde actualmente no existen las tarifas bajas.

Su flota estará compuesta exclusivamente por aviones del modelo Boeing 717, equipados con motores Rolls-Royce. Con capacidad para 125 plazas.

Sus servicios se dirigen tanto a pasa-



De izquierda a derechas, Lázaro Ros y Carlos Muñoz, los fundadores de Volotea, durante la rueda de prensa celebrada en Madrid.

jeros de ocio como de negocios, y comercializará su producto a través de todos los canales de venta (internet, call center, agencias de viaje y GDS).

Carlos Muñoz y Lázaro Ros, veteranos en la aviación comercial son los fundadores de la compañía, contando en su accionariado con un equipo gestor conocedor del sector, así como tres fondos de capital privado, dos de ellos españoles, y el tercero, norteamericano, componen la nueva compañía aérea. ☺

AirEuropa Obtiene el sello de calidad Madrid Excelente

** La responsabilidad social, la confianza del consumidor y el compromiso con el medio ambiente son los tres pilares fundamentales que se han tenido en cuenta*

Air Europa ha obtenido el sello de calidad "Madrid Excelente", una prestigiosa distinción que la Comunidad Autónoma de Madrid otorga a aquellas empresas que apuestan por la innovación y la mejora constante, la responsabilidad social, la satisfacción de las personas y la contribución activa al desarrollo económico y social.

Para hacerse acreedor de la marca "Madrid Excelente", **Air Europa** ha superado con éxito todas las auditorías a las que ha sido sometida por la Comunidad de Madrid en tres diferentes áreas de gestión: módulo de excelencia, módulo de responsabilidad corporativa y módulo sobre confianza de los consumidores.

"A lo largo de su existencia son muchos los hitos que hacen que el personal de la aerolínea se sienta orgulloso, pero especialmente destacamos el haber sido la primera compañía española en haberse certificado según la norma

ISO 9001. Y muy especialmente ser la única en la actualidad que cuenta con la certificación ISO 14001:2004 en todas sus áreas" –dice José Antonio Salazar, Director de calidad de **Air Europa**.

En la primavera de 2011 **Air Europa** fue calificada como "La aerolínea más eficiente del mundo en vuelos de corta y media distancia" por la ONG medioambiental alemana Atmosfair. ☺





IBERIA

Lanza la web www.iberia8stars.com destinada a informadores, buscadores de tendencias y medios de comunicación internacionales

* *Un punto de encuentro entre Iberia y los medios internacionales cuya finalidad será proveer contenidos novedosos y veraces sobre la Gastronomía española, el producto alimentario español y las actividades del Servicio Gastronómico de Iberia. Con más de doce categorías diferentes de noticias, que se actualizan con periodicidad mensual*

www.iberia8stars.com es una web internacional, de acceso abierto, orientada a informar y difundir los valores de la alta cocina española y del turismo gastronómico, con un diseño de última generación, con un mosaico en la página de inicio muy dinámico y especialmente atractivo, y formato tipo blog. Su lectura está totalmente optimizada en tiempo real para distintos dispositivos móviles, ya sea iPad, iPhone, Smartphones o Blackberry. Las páginas se cargan con rapidez y la navegación es fácil e intuitiva. La consulta puede realizarse en dos idiomas: español e inglés.

Cuenta con un buscador para seleccionar entre las más de doce categorías de noticias de interés, que incluyen desde información actual a paseos gastronómicos por distintas ciudades españolas, una relación actualizada de productos con Denominación de Origen, así como referencias literarias y anécdotas, recetario de platos regionales y fiestas gastronómicas. www.iberia8stars.com también dispone de gráficos y material audiovisual descargables. ☺



Propiciando el equilibrio en la cadena de valor turística

* *Cuatro ejes de actuación para superar la crisis del transporte aéreo en España*

La Asociación de Líneas Aéreas, **ALA**, se congratula de que el Ministerio de Fomento haya decidido abrir un periodo de reflexión tranquila para decidir el futuro modelo de gestión de Aena, en el que se contemple la Red de aeropuertos españoles como un factor de sinergias para el mercado español, sin perjuicio de que establezca una progresiva gestión de estos como unidades de negocio, con cuentas individualizadas y una mayor capacidad de gestión descentralizada.

La crisis internacional y la atonía de los mercados turísticos emisores aconseja una estrategia firme para evitar el deterioro de la principal actividad económica española en términos de aportación al P.I.B., y para ello, **ALA** aconseja los siguientes objetivos:

- 1º.- Congelar las Tasas Aeroportuarias a tenor de lo previsto para el I.P.C. de 2012, impulsando la recuperación de operaciones de vuelo, de los pasajeros, y de la carga aérea por medio de la competitividad, para lograr así un incremento de ingresos por el incremento de las facturaciones.
- 2º.- Empezar una política de reducción de gastos en todos los epígrafes de la gestión, desde las inversiones, a los gastos de estructura y los gastos corrientes.
- 3º.- Impulsar una gestión eficiente que permita reducir drásticamente los problemas de impuntualidad de los aeropuertos españoles, y con ellos los perjuicios sociales y económicos que se derivan.
- 4º.- Aplicar la Directiva Comunitaria 2009/12CE, que establece la consulta, la transparencia, la equivalencia, y el arbitraje, como valores a tener en cuenta para la fijación de las condiciones y precios entre los gestores aeroportuarios y sus clientes, las compañías aéreas. ☺



Añade frecuencias en Oriente Medio

* *Incorporará una nueva frecuencia diaria entre Dubái y Qatar y Kuwait respectivamente a partir de Agosto de 2012*

Las operaciones de **Emirates** en Oriente Medio recibirán un impulso el próximo mes de agosto cuando la aerolínea incremente en hasta un 29% su capacidad diaria a Doha y Kuwait.

En consonancia con la rápida expansión global de **Emirates**, los destinos de Qatar y Kuwait se beneficiarán de una frecuencia diaria adicional cada uno, lo que elevará la operativa a Doha a seis servicios diarios y a cinco a Kuwait. Así, con sus seis vuelos entre Dubái y Doha registrará el mayor número de frecuen-



cias diarias de la región de Oriente Medio, seguida de Kuwait.

Este incremento de capacidad se producirá un mes después de la incorporación de un nuevo vuelo diario entre Madrid y Dubái y del inicio del nuevo vuelo diario entre Barcelona y Dubái, por lo que a partir del próximo verano los viajeros que salgan desde España con destino a Doha o Kuwait tendrán muchas más opciones de viaje gracias a Emirates.

La frecuencia diaria adicional a Doha será operada por un Airbus A340-300 con configuración de tres clases.

En Kuwait, la nueva frecuencia diaria será operada en ambas direcciones por un Boeing 777-300ER con configuración de tres clases. ●

Volará a Lisboa a partir del 9 de julio de 2012



Emirates anuncia que empezará a volar a Portugal a partir del 9 de julio.

Volará a Lisboa con un moderno Boeing 777-200ER, con una configuración que incluye las cabinas de *First Class*, *Business Class* y *Economy Class*, convirtiendo la capital portuguesa en el 31º destino europeo de **Emirates**.

“Lisboa entraba dentro de nuestras previsiones para Europa desde hace tiempo. Nuestro vuelo diario unirá el extremo occidental de Europa con nuestra gran red de rutas a África, Asia y más allá vía Dubái”, señaló Tim Clark, Presidente de **Emirates Airline**. “Seremos la única aerolínea de Oriente Medio que opere en Portugal y que ofrezca allí su novedosa concepción del servicio de atención al cliente, un enfoque de negocios dinámico e inspirador y una extraordinaria relación calidad-precio,” añadió el Sr. Clark. ●



Emirates e Isla Mauricio unen sus fuerzas para promover el destino a nivel mundial

Emirates y el **Ministerio de Turismo de Mauricio** firmaron en Dubai un acuerdo para promocional conjuntamente la isla a través de la red global de la aerolínea.

En la ceremonia de la firma que se celebró en la sede de **Emirates** en Dubái, Mauricio estuvo representada por el Honorable Sr. *Michael Sik Yuen*, Ministro de Turismo y Ocio, por la Sra. *Premila Roy*, Secretaria permanente del Ministerio de Turismo y Ocio, por el Sr. *Robert Desvaux*, Presidente de la Oficina

de Turismo de Mauricio y el Sr. *A. Karl Mootoosamy*, Director de MTPA. Los representantes de **Emirates** fueron el Sr. *Majid Al Mualla*, Vicepresidente Senior de Operaciones Comerciales de Asia Occidental y del Océano Índico y el Sr. *Oomar Ramtoola*, Manager de **Emirates** para las islas del Océano Índico.

Emirates y **Mauricio** participarán en el desarrollo de una serie de actividades conjuntas para incrementar la visibilidad y el conocimiento de los más de 100 destinos a los que vuela la aerolínea. ●





AIRBUS Prevé una demanda de 400 aviones nuevos hasta 2030 en el mercado español

* *La Previsión Global del Mercado de Airbus destaca la posición de España en el mercado mundial de la aviación*

Según la última Previsión de Mercado de Airbus, el tráfico aéreo en España se habrá doblado para 2030. En los próximos 20 años, las aerolíneas españolas necesitarán unos 400 aviones nuevos de pasajeros para reemplazar los aviones menos eficientes y satisfacer el incremento de la demanda del tráfico doméstico e internacional. Estos nuevos y ecoeficientes aviones estarán valorados en 45.000 millones de dólares. De acuerdo con esta previsión, España reforzará su posición en el mercado del transporte aéreo internacional.

La flota de aviones de pasajeros de más de 100 plazas se habrá incrementado un 81%, de unos 244 aviones en 2010 a un total de 441 aviones en 2030. Se reemplazarán 203 aviones de la actual flota por otros más ecoeficientes y 197, casi la mitad de la demanda de nuevos aviones, se deberán al crecimiento doméstico e internacional del mercado español.

Rafael Alonso durante su alocución

Más de tres cuartos (317) de los 400 nuevos aviones serán de pasillo único, como la ecoeficiente Familia A320; 58 aviones serán de doble pasillo, con capacidad para transportar entre 250 y 400 pasajeros, un segmento que cubre la Familia A330/A340 y que a partir de 2014 incluirá también a la Familia A350XWB; y 25 serán aviones de gran tamaño (VLA).

"Un fuerte mercado aéreo español tendrá un impacto muy positivo en la economía española a corto, medio y largo plazo, aumentará el PIB, fomentará la creación de empleo y mejorará el atractivo para la inversión gracias a una mayor conectividad internacional", declaró Rafael Alonso, vicepresidente ejecutivo de Clientes de Airbus. "España es el destino preferido para muchos viajeros internacionales así como uno de los principales hubs que conecta Europa y Latinoamérica. Las aerolíneas de bajo coste jugarán también un importante papel en el incremento del tráfico de pasajeros en España".



UNITED Vuelo diario Nueva York-Estambul

* *Los vuelos directos y sin escalas operados con Boeing 767-300 comenzarán en julio de 2012*

United Airlines, ha anunciado sus planes de inaugurar vuelos diarios, directos sin escalas entre su hub de Nueva York, en el Aeropuerto Internacional Newark Liberty, y Estambul, que serán efectivos a partir del 1 de julio de este año, sujeto a la aprobación gubernamental. El servicio con dirección oeste comenzará a operar el día 2 de julio.

Estambul será el destino internacional número 76 que United opera desde Nueva York/Newark y la ciudad número 37 en la red de rutas transatlánticas de United. Con servicio a distintos puntos en toda América, Europa y Asia, United ofrece más vuelos desde el área de Nueva York a más destinos en el mundo que cualquier otra línea aérea.



Este verano pondrá en servicio entre España y Egipto el A300

Egyptair coincidiendo con Fitur, el pasado 18 de enero, celebró una cena en el hotel Husa Princesa de Madrid, para anunciar que los servicios aéreos entre España y Egipto serán realizados por un avión A330 este verano.

Ayman Nasser, Chairman de Egyptair, en unas breves palabras a los asistentes a la cena, se congratuló de poder anunciar la incorporación de este moderno avión con una configuración de 301 asientos, a las rutas entre Egipto y España, y que con mayor capacidad podrá hacer posible un mayor flujo de españoles a su país en el próximo verano.

También recordó que los españoles son muy bien recibidos en Egipto y que confiaba que 2012 vuelva a ser un año importante de visitantes, una vez superados los acontecimientos de 2011 en su país, conjuntamente con la crisis económica en general.





BRITISH AIRWAYS

Apuesta por las islas baleares este verano

* Además de relanzar sus rutas a finales de marzo desde Palma de Mallorca e Ibiza a Londres, la compañía comenzará a volar por primera vez a Menorca desde la capital británica el próximo mes de mayo

Este verano **British Airways** volverá a apostar por el archipiélago balear relanzando sus rutas a Ibiza y Palma de Mallorca desde London City, el aeropuerto más céntrico de la capital británica, de 25 de marzo y hasta el 28 de octubre BA operará desde este aeropuerto tres vuelos semanales a Palma de Mallorca e Ibiza, cuyas frecuencias irán aumentando conforme se aproximen los meses de verano.

La novedad este año será la isla de Menorca, a donde **British Airways** volará por primera vez desde London City Airport el 25 de mayo, completando su portfolio de destinos en el archipiélago español, donde ya vuela a Mallorca e Ibiza desde hace dos años. Además de las operaciones a London City, a partir del 26 de mayo y hasta el 27 de octubre la compañía aérea conectará diariamente la isla ibicenca con el aeropuerto de Gatwick, siendo un importante apoyo para la industria turística balear.

En las conexiones entre Londres y las Islas Baleares el pasajero podrá elegir entre las dos cabinas que **British Airways** ofrece en sus servicios de corto recorrido: *Club Europe* (clase *business*) y *Euro Traveller* (clase *económica*), disfrutando en ambas del servicio gratuito de catering a bordo, facturación online, franquicia de equipaje gratuita de hasta 23 kilos y selección de asiento 24 horas antes de la salida del vuelo. ☉



QATAR Airways anuncia las fechas de lanzamiento de sus nuevas rutas

- * Doha conectará con Kigali, la capital de Ruanda, a partir del 21 de Marzo con vuelos diarios
- * La red europea se amplía el 9 de Mayo con operaciones diarias a Zagreb
- * Perth se convierte en el segundo destino australiano de la Compañía con 3 vuelos semanales desde el 3 de Julio

Qatar Airways está preparando otro año de gran expansión con el anuncio de las fechas de lanzamiento de sus nuevas rutas en África, Europa y Australia.

La expansión en África continúa con nuevos servicios regulares a Kigali, capital de Ruanda, a partir del 21 de Marzo. Zagreb, la capital de Croacia, ampliará la oferta Europea de la Compañía con vuelos desde el 9 de Mayo.

A partir del 3 de Julio **Qatar Airways** añade Perth como su segundo destino en Australia.

Será operada por la versión "long range" del buque insignia de la Aerolínea, el Boeing 777, con 259 plazas en una configuración de 2 clases: con 42 asientos en *Business* que se convierten en camas horizontales y 217 asientos en *Turista*.

Qatar Airways ha preparado su programa de expansión de destinos desde el pasado el 1 de Febrero con vuelos a las ciudades del Sureste de Europa, Bakú, en Azerbaiyán, y Tbilisi, en Georgia. Y espera comenzar a volar a Zanzibar (Tanzania), Gassim (Arabia Saudí), Mombasa (Kenia) y Helsinki (Finlandia).

En pleno verano en el Hemisferio Norte, la Compañía inaugurará su segunda ruta a Australia, a la ciudad de Perth, en el Oeste.

La incorporación de Bakú, Tbilisi y Zagreb supone un importante paso para la Aerolínea al explorar mercados con capacidad limitada y no muy bien comunicados. Las 3 rutas ofrecerán excelentes conexiones a diversos destinos de la red internacional de la Compañía, en rápido crecimiento.

Los vuelos a Kigali y Zagreb serán operados con un Airbus A320 con una configuración de 2 clases con 12 asientos en *Business* y 132 en *Turista*. ☉



Registró en 2011 la mejor ocupación internacional de su historia

* *La compañía obtiene una tasa de ocupación histórica de 81,4% en los vuelos al exterior. Estos resultados le aseguran su liderazgo en el mercado doméstico e internacional*

En 2011, **TAM Airlines** alcanzó una tasa de ocupación del 81,4% en sus vuelos internacionales, registrando el mejor factor de ocupación anual de su historia en este mercado. Este resultado se debe a la combinación de un crecimiento del 12,7% en las rutas de la demanda en el exterior y el aumento del 10% del número de plazas en compa-

ración con 2010. Las cifras se han dado a conocer por el Instituto Nacional de Aviación Civil de Brasil (ANAC).

Favorecida por la creciente demanda para viajar a otros países, **TAM Airlines** sigue líder entre las compañías aéreas que operan rutas al exterior, con una cuota de mercado del 88,1% en 2011.

La compañía también cerró el mes de diciembre como líder del segmento, con una participación del 88,9%. **TAM Airlines** registró record de carga internacional en el último mes del año con el 79,7%. Las cifras de los últimos meses de 2011 es el resultado de la combinación del crecimiento del 6,1% en la demanda y del 4,4% en la oferta de asientos de estos vuelos, en comparación con el mismo periodo del año anterior. ●



Entrega el primer avión 747-8 Intercontinental VIP

Boeing ha comunicado la entrega de su primer *747-8 Intercontinental VIP* que será "Reina de los cielos" del siglo XXI, a un cliente cuya identidad no se ha desvelado. El avión entrará en servicio en 2014 una vez se haya instalado su interior "VIP".

La versión "VIP" del *747-8 Intercontinental* ofrece una cabina de 444,6 m². Este *747-8 VIP* incluirá el Aeroloft de Greenpoint Technologies, ubicado encima de la cabina principal, entre el piso superior y la cola del *747-8 VIP*, dotando al avión de otros 36,5 metros cuadrados de espa-

cio de cabina. El Aeroloft será instalado por Boeing Global Transport & Executive Systems (GTES) en Wichita, Kansas.

Con el Aeroloft, el *747-8* con configuración "VIP" ofrece un total de 481,1 m² de espacio de cabina, puede transportar a 100 pasajeros y tiene una autonomía de aproximadamente 8.840 millas náuticas (16.372 km). Proporciona una mejora de dos dígitos en el consumo de combustible y en el nivel de emisiones con respecto al *747-400*, y es un 30% más silencioso. Con una velocidad de crucero normal de Mach 0,86 (913.32 km/h), es el reactor comercial de gran tamaño más rápido que existe.

El *747-8 VIP* es el único avión grande de su categoría que se adapta a las infraestructuras aeroportuarias actuales, dotando a sus propietarios de flexibilidad para volar a más destinos. Aprovechando la capacidad del *747* para volar a la mayoría de los aeropuertos del mundo, el *747-8 VIP* utiliza pilotos con idéntica habilitación, los mismos servicios y la mayoría de los equipamientos de apoyo en tierra.

Hasta la fecha, clientes cuya identidad no se ha dado a conocer han encargado nueve aviones *747-8 VIP*. ●



AL VUELO



► **El aeropuerto Ben Gurion de Tel Aviv nombrado uno de los principales aeropuertos de Oriente Medio.** Por quinto año consecutivo, la terminal de Israel figura entre los aeropuertos más importantes en la clasificación por regiones de Airports International Council (ACI) publicada recientemente. En concreto, el aeropuerto israelí, figura en tercer lugar, después de Dubai y de los aeropuertos de Abu Dhabi

"El **aeropuerto Ben Gurion** sigue una estrategia centrada en la continua mejora en el nivel de servicio a los pasajeros junto a la tecnología más avanzada. En 2011, **Ben Gurion**, registró el paso de más de 12,2 millones de pasajeros. La terminal 3 del aeropuerto, cuenta con una zona de duty-free abierta 24 horas al día, fue inaugurada en octubre de 2004 y es la principal puerta de entrada a Israel. ●

► **Spirit Airlines** ha formalizado el pedido para la adquisición de 75 aviones de pasillo único que incluye 45 A320neo tras el Acuerdo de Intenciones (MoU) firmado durante el Salón Aeronáutico de Dubai 2011. La aerolínea todavía no ha anunciado la elección del motor. Con la formalización de la compra de 45 A320neo en diciembre de 2011 y 30 A320 el pasado mes de enero, el número total de aviones encargados por **Spirit** asciende a 75 unidades.

Los nuevos aviones darán servicio a la creciente red de destinos de **Spirit** en el mercado doméstico de Estados Unidos, Caribe y Latinoamérica. ●

► **LAN Airlines** ha alcanzado un resultado neto de 320,2 millones de dólares en el ejercicio de 2011. Los ingresos operacionales de la compañía en este ejercicio aumentaron un 26,4% respecto a 2010. Los resultados de 2011 han estado marcados por la operación que ha tenido como resultado la creación de *LAN Colombia*, la erupción del volcán Puyehue así como la subida del precio de combustibles. En el cuarto trimestre del pasado año los ingresos consolidados de **LAN** aumentaron un 17,9%. El tráfico de pasajeros en este trimestre aumentó un 10,8% y los ingresos por ASK crecieron un 6,7%. ●

AL VUELO

► **Alitalia** ha puesto en marcha los procesos de integración con las compañías *Wind Jet* y *Blue Panorama*, según el contenido de los respectivos memorandos de entendimiento suscritos por las aerolíneas el pasado 20 de enero.

Ambos proyectos de integración son coherentes con los procesos de consolidación en curso en el sector del transporte aéreo, a nivel nacional e internacional. Dichos procesos pretenden reforzar la dimensión industrial de estas aerolíneas, aumentar la competencia y desarrollar la capacidad de afrontar y gestionar las variables del cuadro macroeconómico.

Alitalia y **Blue Panorama** presentan perfiles sinérgicos y complementarios por lo que respecta al diseño de la red y tipología del mercado servido.

Por su parte, **Alitalia** y **Wind Jet** crean sinergias en cuanto a especialización territorial, diseño de la red y características de la flota. ●

► **El hub de TAP** en Lisboa es una plataforma europea privilegiada para vuelos con destino a África y a América del Norte y del Sur, incluyendo vuelos a Brasil, donde **TAP** continúa reforzando su presencia como compañía aérea internacional líder de operaciones, llegando a diez ciudades brasileñas con 75 frecuencias semanales. La Red de la compañía alcanza 75 destinos en 34 países en todo el mundo. ●

► **KLM** inaugurará su primer vuelo a Lusaka, Zambia, el 15 de mayo de 2012. Lusaka se convierte así en el destino número 72 de la red internacional de **KLM**.

Comenzará a volar con tres vuelos semanales operados por Airbus A330-200, con capacidad para 243 pasajeros, 30 en *World Business Class* (negocios) y 213 en *Economy Class* (clase turista). Comenzando el 15 de mayo de 2012, con vuelos desde el aeropuerto de Schiphol los martes, jueves y sábados. El vuelo de regreso, saldrá desde Lusaka a las 23:55h. los martes, jueves y sábados por la noche para llegar a Amsterdam a la mañana siguiente. ●



Condor Vuela al primer puesto

* *La aerolínea es premiada por el mejor servicio de atención al cliente, del cual se benefician también los pasajeros españoles*

Condor ha recibido durante la entrega de los premios "*Deutschen Servicepreises*" el galardón a la Aerolínea con Mejor Servicio de Atención al Cliente. El Instituto Alemán Para La Calidad del Servicio (*Deutsche Institut für Servicequalität, DISQ*) y el canal de noticias n-tv han valorado las prestaciones de un total de 430 empresas en distintas categorías. En la de Turismo, **Condor** ha alcanzado el tercer puesto, lo que demuestra, una vez más, su calidad.

"Como mayor aerolínea de ocio de Alemania la satisfacción del cliente nos importa mucho, ya que nuestros clientes esperan recibir una atención amable y ejemplar durante la planificación de la semana más importante del año", apuntó Heidi Schüritz, Directora del Centro de Contacto con el Cliente de **Condor**. "Este reconocimiento demuestra el gran compromiso y la vocación de servicio de **Condor**".

El equipo del centro de servicios de **Condor** destacó

especialmente por su capacidad comunicativa y por la aptitud de los operadores, tanto por teléfono como por correo electrónico. De la presencia de las empresas en Internet también se valoraron la facilidad de uso, la información sobre ofertas y su transparencia.

El Centro de Contacto con el Cliente de **Condor** para España es el mismo que atiende a los clientes españoles por lo que ofrece las mismas prestaciones de excelencia. El número de teléfono de contacto es el 902 517 300. ●



airberlin Primer A330-200 equipado con nuevos asientos y con inflight entertainment system

El primer avión de la flota A330-200 de larga distancia de **airberlin** con nuevos asientos en clase *Business* y *Economy* y un nuevo inflight entertainment system.

Ahora en clase *Business* con 20 asientos totalmente automáticos ofrecen un excelente confort, tanto para ir sentado como tumbado. Dispone de un grado de inclinación de 170 grados, y puede ser transformado en un cómodo asiento reclinado de 181 cm de largo y 50 cm de ancho. Cada asiento tiene toma de corriente para el portátil u otros aparatos electrónicos.

En la clase *Economy*, para 279 pasajeros, se utilizan nuevos asientos ligeros. La utili-



zación de respaldos más estrechos garantiza un espacio máximo para las piernas y amplía el llamado "living space", así como reposacabezas ajustables, colgador para abrigos y bolsillos para libros. ●

La red de Aena Aeropuertos registró casi doce millones de pasajeros en febrero

El Aeropuerto de Barcelona-El Prat sigue creciendo cerca del 1%. Destacan los incrementos de Tenerife Sur (6,5%), Santiago (5,6%), Santander (21,7%), La Palma (11,7%) y Murcia-San Javier (10%). El número de operaciones en toda la red superó las 130.000.

Casi 12 millones de pasajeros (11.644.922) utilizaron en febrero la red de Aena Aeropuertos. Entre los aeropuertos que aumentan pasajeros destaca Barcelona-El Prat (0,7%), así como Tenerife Sur (6,5%), Santiago (5,6%), Santander (21,7%), La Palma (11,7%) y Murcia-San Javier (10%), si bien el conjunto de la red registra el 5,6% menos que en el mismo mes de 2011. Por otra parte, los aeropuertos de la red de Aena Aeropuertos han operado más de 130.000 vuelos durante el pasado mes, el 9,8% menos que en febrero de 2011.

Los datos de tráfico de febrero se han visto afectados por las cancelaciones de vuelos provocadas por los paros convocados en Iberia y, sobre todo, por el cese de actividad de la compañía Spanair.

De los 11.644.922 pasajeros que utilizaron las instalaciones de Aena Aeropuertos en febrero, 11.549.751 correspondieron a vuelos comerciales (-5,7%) y, de ellos, 6.869.328 fueron vuelos internacionales (-0,7%) y 4.680.423, nacionales (-12,2%).

Tras el Madrid-Barajas (con 3.147.281 viajeros y el 7,4% menos que en febrero de 2011) y Barcelona-El Prat (2.101.807, el 0,7% más), los aeropuertos que registraron más pasajeros en febrero fueron los de Gran Canaria con 907.889 (0,6%), Tenerife Sur con 764.304 (6,5%), Palma de Mallorca con 666.248 (-8,7%), Málaga-Costa del Sol con 598.370 (-6,4%), Alicante con 455.827 (-12,9%) y Lanzarote con 397.092 (-3,9%).

Destacan los incrementos de los aeropuertos de Santander (21,7%), La Palma (11,7%), Murcia-San Javier (10%) y El Hierro (7%).



AEROPUERTO MADRID-BARAJAS Adapta las instalaciones de sus SATE para favorecer el ahorro energético

- * *Permitirá reducir un 27% el consumo de energía y emisiones de CO₂ a la atmósfera*
- * *Los SATE de Madrid son los primeros de Aena Aeropuertos certificados en la norma UNE-EN ISO 50001*

El Aeropuerto de Madrid-Barajas ha adaptado sus Sistemas Automatizados de Tratamiento de Equipajes (SATE) aplicando nuevas medidas que favorecen el ahorro energético y reducen las emisiones de CO₂. La utilización de estos nuevos criterios de eficiencia ha permitido al Aeropuerto obtener por parte de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) la certificación UNE-EN ISO 50001, correspondiente al Sistema de Gestión de la Energía de estas instalaciones.

Desde el año 2009, el **Aeropuerto de Madrid-Barajas** viene desarrollando diferentes actuaciones en las instalaciones de los SATE de las Terminales T1, T2 y T3 y de la T4-T4S, que han permitido reducir hasta un 27% sus patrones de consumo energético, respecto a los valores anteriores a ese año. El resultado de esta gestión ha sido una disminución acumulada del consumo eléctrico superior a 16.000.000 kWh, equivalente al consumo doméstico anual de una población de 5.000 hogares, como las madrileñas de El Escorial o Meco.

También, en términos medioambientales, todas estas actuaciones han permitido la reducción de más de 4.500 toneladas de emisiones de CO₂ que equivalen a las que producirían 50 automóviles dando la vuelta al mundo.

Entre las nuevas medidas llevadas a cabo en los SATE, están la adecuación del rendimiento de las instalaciones a la demanda horaria del transporte de equipajes y la mejora de la gestión de bandejas para el transporte de equipajes de alta velocidad.

Todas estas actuaciones han permitido obtener la certificación UNE-EN ISO 50001 de AENOR, de manera conjunta, por Aena Aeropuertos, propietaria y gestora de la instalación, y por Siemens, operadora y mantenedora de la misma, siendo representativa del compromiso medioambiental de ambas organizaciones.

Evolución de los cruceros 2011/2012

En 2011 se sumaron varios aspectos que afectaron negativamente a la industria del crucero en España. La primera fue la crisis económica, que ha provocado ese año una disminución de la oferta por la complicación de llenar los buques a precios razonables. La segunda fue el precio del combustible: el 2011 el fuel oil subió un 27,72%, y en lo que llevamos de 2012 otro 9,76% adicional. Y a esta coyuntura tan desfavorable hay que añadir el incidente del Costa Concordia, que ha afectado a las reservas tempranas que siempre se producían en febrero. Con este escenario, no parece que 2012 sea un año sobresaliente.

Mercado mundial de cruceros. Nuevos buques en 2012

Recientemente, la Cruise Lines International Association (CLIA) hizo público sus estadísticas 2011, de las que se deduce que más de dieciséis millones de personas (en concreto 16.360.000) realizaron un crucero en 2011 en los buques de los armadores afiliados a esa asociación, lo que supone un fuerte incremento sobre los 14.820.000 de 2010. Los pasajeros no norteamericanos de esta asociación crecieron del 27 al 31% en ese periodo. También hizo públicos algunos datos sobre los destinos de cruceros más importantes: por ejemplo, la capacidad en el Caribe creció con dobles dígitos en los últimos cinco años, a pesar de lo cual perdió cuota de mercado frente al Mediterráneo, cuya capacidad creció en ese mismo periodo más de un 100%, mientras que su cuota de mercado aumentó más de un 7%. La tasa de ocupación de los buques de la asociación llegó al 103%, mientras que la duración media del crucero ofertado fue superior a siete días. Sin embargo, este año la CLIA no ha ofrecido sus estimaciones para 2012, debido al naufragio del Costa Concordia.

En 2011 el Caribe fue aún el destino en el que más capacidad se desplegó, con un 33,7% de cuota de

Puerto de Alicante.



Disney Magic.



ESPECIAL CRUCEROS

Breu de France.



Adonia.



Hanseatic.



Costa Neoromantica.



mercado, seguido del Mediterráneo con 20,44%, norte de Europa (7,9%), Alaska (6,18%) y Bahamas con un 6,05%. Otros destinos fueron la costa mejicana del Pacífico, con un 3,27%, los cruceros trasatlánticos (2,9%), Australia/Pacífico Sur (2,7%), Canal de Panamá (2,5%), Sudamérica (2,4%) y Hawaii con un 2,14%. En el periodo entre 2006 a 2011, el Caribe ganó un 13,5% de capacidad, pero perdió un 5,5% de cuota de mercado; el Mediterráneo ganó un 109,38% en capacidad y un 7,5% de cuota de mercado. Escandinavia ganó un 24,61% en camas, pero perdió un 0,5% en cuota. En resto de destinos norteamericanos (Alaska, Bahamas, Canal de Panamá y Hawaii) perdieron cuota de mercado, mientras que Australia y Sudamérica tuvieron modestas ganancias tanto en capacidad como en cuota.

Otro indicador del mercado de cruceros, el 2012 World Wide Market Share, indica que el mercado mundial de cruceros en 2012 moverá un total de 33.500 millones de dólares, con más de 20.300.000 pasajeros transportados, lo que supone un 5,6% de incremento sobre 2011.

En este año entrarán en servicio siete nuevos buques, uno menos que en 2011, y lejos de los catorce que se incorporaron en 2010. La crisis ha pasado factura y aunque se siguen construyendo buques, el ritmo es mucho menor. Entre este año y 2016 se entregarán veinticuatro nuevos buques de crucero. De los seis buques de este año, tres pertenecen al grupo Carnival (un gemelo del Costa Concordia, un gemelo del Carnival Magic y un gemelo del Aida), y uno respectivamente al grupo Royal Caribbean (un gemelo del Celebrity Solstice), MSC (un gemelo del MSC Fantasia), Disney y Oceania. En conjunto suponen introducir casi 19.000 camas adicionales en un mercado saturado. Son buques grandes, de más de 110.000 gt y 2.600 pasajeros de media, y destinados preferentemente al mercado emisor europeo.

Seguridad de los buques de crucero

El naufragio del Costa Concordia, seguido por el incendio del Costa Allegra, han hecho aflorar muchas dudas sobre la seguridad de los buques de crucero modernos. Su imponente aspecto, con ese aspecto

de bloque de apartamentos que se eleva por encima de las terminales y del resto de las construcciones portuarias, con 4.000 o más personas a bordo, les daba una aureola de invulnerabilidad que ahora se pone en duda.

Es evidente que la evacuación del Costa Concordia no fue brillante. Desde el punto de vista técnico, el hecho de que el buque se escorara tan rápida y profundamente imposibilitó utilizar una parte de los botes y balsas salvavidas. Pero la principal crítica ha sido el caos reinante, la tripulación confundida y mal informada, que además tenía problemas con el idioma, y el hecho de que los pasajeros no hubieran realizado en su mayoría un simulacro de evacuación.

La Organización Marítima Internacional (OMI), que regula la seguridad de los buques a nivel mundial, define claramente las normas que rigen tanto los simulacros, como las evacuaciones de buques en su convenio SOLAS. Es obligatorio realizar un simulacro de evacuación dentro de las primeras 24 horas de un viaje, en el que el pasajero conoce su lugar de reunión y recibe una formación básica sobre el uso del chaleco salvavidas, señales de emergencia, etc. El Costa Concordia acababa de iniciar su viaje desde Civitavecchia, por lo que aún se encontraba dentro del margen legal cuando ocurrió el naufragio.

El capítulo III del SOLAS prescribía (regla 13) que las embarcaciones de supervivencia pudiesen ponerse a flote aun con una escora de hasta 20° a una u otra banda. Este capítulo se redactó de nuevo de manera más restrictiva, ya que en el Convenio SOLAS 1974 sólo prescribía que la puesta a flote se realizara con una escora de 15°. A la vista de los resultados del naufragio del Costa Concordia, parece que esta regla tampoco se cumplía realmente.

Por otro lado, la regla 21.1.3 indica que todos los buques con independencia de su tamaño y número de pasajeros, deben ser capaces de poder botar todos los botes salvavidas en 30 minutos a contar desde la señal de abandono de buque. Eso significa que todos los pasajeros y tripulación deben llegar a las zonas de reunión con el salvavidas, ser embarcados en los botes o balsas, y estos deben ser lanzados al mar en ese intervalo. Sin embargo, un buque

debe permanecer operativo tras un incidente durante al menos tres horas, que es un tiempo más razonable para evacuar un buque grande de cruceros, partiendo de la base de que el buque es el mejor bote salvavidas. En el Costa Concordia la evacuación se prolongó durante cinco horas.

Según el convenio SOLAS todos los buques se tienen que diseñar para garantizar que, aún en caso de daño estructural por varada, colisión, abordaje, etc. el barco mantenga la flotabilidad el mayor tiempo posible. Se compartimenta el buque de tal manera que aun entrando agua en su interior sólo se inundan los espacios afectados y se minimice el riesgo de hundimiento. En el caso del Costa Concordia, el daño estructural fue inmenso, a pesar de lo cual mantuvo su flotabilidad durante horas antes de acabar recostado sobre su costado de babor. Esta reserva de flotabilidad fue la que permitió la evacuación del buque, y si la orden de evacuación se hubiera dado antes todo hubiera sido más fácil. Conviene indicar que desde el año 2000 se han producido 75 varadas de buques de crucero, la mayoría en viajes de exploración en lugares remotos como la Antártida, que sólo se habían cobrado dos víctimas, las que se llevó el Sea Diamond al fondo de la caldera de Santorini el 5 de abril de 2007. Esto da idea de la gravedad de los daños que sufrió el Costa Concordia, y que han provocado que sea vendido como chatarra tras su futuro rescate.

En referencia al incendio del Costa Allegra, indicar que fue extinguido rápidamente por los sistemas y la tripulación del buque, pero que los daños provocados por el mismo le dejaron al garete. Desde el año 2000 ha habido 53 incendios en buques de crucero (incluyendo nueve producidos en astillero), la mayoría de pequeña magnitud, y con sólo dos víctimas mortales. De estos incendios la mitad se produjeron en la sala de máquinas, y en varios casos, el buque quedó al garete. El incendio más grave de este tipo fue el del Carnival Splendor (curiosamente un casi gemelo del Costa Concordia), que se quedó sin maquina con 3.299 pasajeros en noviembre de 2011. Para evitar estas situaciones, la OMI ha introducido el concepto de retorno seguro a puerto, que en siglas inglesas se denomina

Azura.



Puerto de Bilbao.



Puerto de Palma de Mallorca.

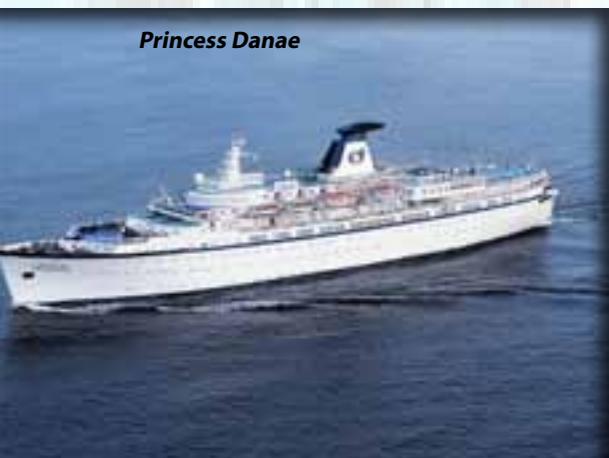


Pullmantur.





Swiss Crown



Princess Danae



Pasajeros en cubierta de un barco fluvial.



Pullmantur.

S.R.t.P. (Safe Return to Port). Estas normas entraron en vigor el 1 de julio de 2010, pero no obligan a adaptar a los buques construidos antes de esa fecha. Requieren zonas de seguridad en los barcos para salvaguardar mecanismos que incluyen la iluminación, la ventilación, la enfermería, la gambuza, el suministro de agua, el saneamiento y el acceso a los equipos de salvamento de los pasajeros y la tripulación.

Las nuevas normas también establecen directrices técnicas de dise-

ño para asegurar que los sistemas del buque permanezcan operativos durante una emergencia gracias, sobre todo, a la disposición redundante de equipos críticos en distintas ubicaciones de a bordo.

Una vez que estos conceptos estén implantados, la posibilidad de que se vuelvan a producir situaciones como la del Costa Allegra será muy reducida, lo que redundará en una gran mejora de la seguridad del pasaje en los buques de crucero.

Evolución de los mayoristas de cruceros en España

Cruceros fluviales, el mayor crecimiento de Europa

El segmento de mercado con mayor crecimiento en Europa son los cruceros fluviales. En 2012 hay navieras que incorporan hasta seis nuevos buques en los ríos europeos. Según un informe de Crucemar, son los ríos europeos (Rin, Danubio, Volga y Ródano) los que se llevan la parte de león de este segmento, con más de un 90% de las reservas. Sin embargo, el volumen de este segmento está lejos del de países como Alemania, con casi 500.000 cruce-ristas fluviales, o incluso del británico, con 80.000.

Este nicho de mercado está atendido principalmente en España por dos empresas: Politours y Panavisión. La primera ofrece cruceros en buques fleteados al armador suizo Scylla Tours AG por todos los ríos de Europa occidental. Este año ha optado por buques más grandes y lujosos que en las temporadas anteriores, incluyendo los primeros camarotes con balcón en cruceros fluviales destinados a nuestro mercado. En el otro gran destino europeo, el Volga, también ofrece un producto destinado específicamente a españoles, con fletes completos de buques a navieras rusas, aunque en este caso el nivel de confort no es comparable.

Por su parte Panavision ofrece además los cruceros de uno de los gigantes de este mercado: el alemán A'rosa Cruises.

Pullmantur

Si en 2011 Pullmantur, tras varios años de crecimiento de su oferta y de su flota, ya rebajó su oferta en más de un 10% en España, en 2012 esta tendencia se ha hecho aún más evidente. Tras la venta del Ocean Dream y la transferencia del Horizon a su filial Croisieres de France (CdF), en 2012 sólo dispone de tres buques en su flota (Sovereign, Empress y Zenith), lo que ha provocado una nueva reducción de su oferta de un 32%. Además, su penetración en el mercado sudamericano en general, y mexicano en particular, que en los últimos años protagonizó un notable crecimiento con los cruceros del Ocean Dream desde Cozumel y Acapulco, sufrirá en 2012 un parón. Por el contrario, su filial francesa CdF dispondrá de un

buque mucho mayor, en un mercado que dispone aún de cierto potencial de crecimiento, por lo que es fácil contemplar un crecimiento notable. Toda esta situación dificultará el mantenimiento de su cuota de mercado en España, aunque previsiblemente seguirá sobrepasando el 30%. Su crecimiento futuro también está en una aguda encrucijada, dadas las condiciones del mercado emisor español, por lo que esta pasa evidentemente por la expansión internacional, tanto en Sudamérica como en Europa (Francia e Italia principalmente).

Sin embargo, a mediados de marzo se hizo público que en 2013 se incorporará el Monarch, un gemelo del Sovereign, lo que supondrá un crecimiento del número de plazas el próximo año de un 25 %.

A'Davita.



MSC Splendida.



Costa Cruceros

Costa Cruceros ha sido y será la protagonista involuntaria del mercado de cruceros 2012. El incidente del Costa Concordia significará para la naviera transalpina unas pérdidas cien millones de euros, lo que supone una caída de alrededor de quinientos millones respecto a los resultados del año anterior. Sin embargo, Micky Arison, el dueño de Carnival Corp, el grupo naviero al que pertenece Costa, ha garantizado la continuidad de la marca. Además, dio algunas cifras sobre la brutal caída de reservas que sufrió Costa: entre un 80 y un 90% en las semanas posteriores a la catástrofe. En las últimas semanas, la situación mejoró hasta llegar a descensos entre el 40 al 50%, lo que es una muestra de la fortaleza de la marca en unos momentos en los que cualquier tipo de propaganda fue paralizada. Otro ejecutivo de Carnival, Howard Frank, declaró que llevará uno o dos años la vuelta a la normalidad, pero ese día llegará. Y ambos ejecutivos indicaron que el precio de los pasajes no se había reducido exageradamente para mejorar las reservas, incluso provocando bajos niveles de ocupación en los buques.

Para 2012, la novedad será el nuevo Costa Fascinosa, el quinto gemelo del malogrado Costa Concordia, que ofrecerá cruceros desde Venecia al Egeo, llegando hasta Estambul. Otra novedad ha sido la gran reforma sufrida por el Costa Romantica en el invierno pasado, que ha sido rebautizado Costa NeoRomantica, y que ha servido para incorporar todas las prestaciones de los últimos buques de la flota Costa. Entre la oferta en puertos nacionales destaca el Costa Atlántica desde Valencia en verano, así como el Costa Serena y el Costa Mágica desde Barcelona.

Iberocruceros

Iberocruceros, al igual que Pullmantur, afronta la temporada 2012 con un buque menos en su flota, tras la transferencia del Grand Voyager a Costa, y una reducción de la oferta de casi un nueve por ciento. Es el primer año en el que Pullmantur e Iberocruceros disponen de igual número de buques, por lo que resultará muy interesante cual de los dos se lleva la parte de león del mercado que anteriormente correspondía a Quail Cruises.

En el pasado invierno, Iberocruceros mantuvo su apuesta por el mercado sudamericano, especialmente el brasileño, que es además complementario en calendario con el mercado español. Para 2012, la naviera pierde el destino Atlántico, pero mantiene su presencia en el Egeo con el Grand Celebration (con cruceros desde Venecia y El Pireo), norte de Europa con el Grand Mistral (que este año estrena Estocolmo como puerto base) y Mediterráneo occidental con el Grand Holiday desde Barcelona. Por último, ofrece cruceros en primavera desde Valencia, y en otoño desde Málaga, en ambos casos con el Grand Mistral. Sin embargo su expansión futura es, hoy por hoy, una incógnita.

MSC Cruceros

La naviera italo suiza MSC Cruceros, continúa con su crecimiento sostenido en España, lo que le ha llevado a alcanzar los 84.000 pasajeros en 2010, 7.000 más que un año antes, codeándose con Costa y RCCL. En 2012, MSC Cruceros pretende crecer un 10% adicional merced al tirón de la demanda que siempre supo-

ne la incorporación de un nuevo buque, en este caso el MSC Divina. En referencia al impacto de la varada del Costa Concordia, MSC Crucero encargó una encuesta durante diez días a comienzo de febrero en Italia, justo tres semanas después de la catástrofe. Un 78,5% de los encuestados respondieron que seguían viendo a los cruceros como una opción vacacional segura. Los encuestados realizaron 2.524 entrevistas en Italia, Alemania, Francia y España. Entre los italianos encuestados, casi un 84% describieron los cruceros como seguros, porcentaje que llegó al 98% entre los que habían navegado con anterioridad. Un 55% de los italianos indicaron que estaban dispuestos a disfrutar de un crucero en los próximos doce meses, porcentaje que se elevaba al 83% entre aquellos que ya habían navegado con anterioridad.

Por otro lado, se ha confirmado a mediados de marzo la entrega a MSC Cruceros del gemelo del MSC Fantasia que se estaba construyendo en St. Nazaire para armadores libios. Será entregado en 2013 como MSC Preziosa, y será entonces el cuarto buque de la serie.

Costa Serena.



L'Ultran.



Puerto de Alicante.



Cristal Senenity.



Royal Caribbean International

El pasado mes de febrero, el segundo operador mundial, el grupo Royal Caribbean, con casi un 24% de cuota de mercado, y más de cuatro millones de medio de pasajeros transportados, hizo público sus resultados 2011, año en el que obtuvo beneficios de 607,4 millones de dólares, un 17,8% más que en el ejercicio anterior. Su facturación en ese periodo ascendió a 7.537 millones de dólares, lo que supone una mejora del 11,6% frente

a 2010. Este incremento en beneficios se registró a pesar del encarecimiento del crudo, ya que la naviera pagó en 2011 una factura por combustible de 764 millones de dólares, un 18,2% más que los gastados en el año anterior. La naviera indicó que las reservas en el final de 2011 fueron muy **potente**, al igual que el inicio de 2012, pues en las dos semanas previas a la varada del Costa Concordia eran un 5% superiores a las de un año antes, pese a que los precios eran mayores. En cuanto a las cancelaciones, precisó que están en niveles normales para febrero aun cuando los precios siguen siendo más altos, y que no esperaban un impacto a largo plazo en sus operaciones tras la varada del Costa Concordia. Aun así, Royal Caribbean recordó que ese incidente había generado una caída interanual de casi 15% en las reservas en Estados Unidos durante las últimas semanas, mientras que la caída ha sido más visible en Europa, donde el impacto mediático ha sido mayor. En Asia y América Latina la reducción fue leve.

El peso propio del grupo Royal Caribbean en España es muy importante, dado que incluye a Royal Caribbean International y a Pullmantur, con más del 50% de cuota global de mercado. En 2011, Royal Caribbean International superó en el mercado español la barrera de los 100.000 cruceristas, lo que supone nuevamente repetir por tercer año consecutivo crecimientos en torno al 30%.

La naviera continúa con su estrategia de ofrecer tanto cruceros cortos (o escapadas), como otros de más duración desde Barcelona, Málaga y también Valencia. En Barcelona, el Liberty of the Seas inicia su segunda temporada consecutiva ofreciendo cruceros de cinco y siete noches

por el Mediterráneo Occidental, con el Serenade of the Seas ofreciendo cruceros de 12 noches por el Mediterráneo también desde Barcelona; y con el Adventure of the Seas, desde Valencia y Málaga por tercer años consecutivo. Estos cruceros están destinados preferentemente al emisor levantino y madrileño, este último a través de una alianza estratégica con el AVE. Por último, en Barcelona tendremos por segundo año consecutivo los cruceros redondos de catorce noches hasta Venecia del Celebrity Solstice.

NCL

Norwegian Cruise Line, con una cuota del 7,7% del mercado mundial de cruceros, mejoró sus beneficios en 2011, ejercicio en el que ganó 126,9 millones de dólares, y en el que la facturación creció un 10,3% hasta 2.200 millones de dólares. El principal motivo del crecimiento de ingresos fue la presencia del Norwegian Epic durante todo el año 2011, ya que se incorporó a la flota en junio de 2010. Las continuas iniciativas de mejora del negocio dieron como resultado una disminución del 1,8% en el coste de crucero neto por día de capacidad, o bien un 2% sobre la base de divisa constante. Excluyendo el gasto en combustible, el coste neto de crucero por día de capacidad descendió un 4,4%.

NCL fue una de las dos navieras que estuvieron presentes en el pasado FITUR 2012. Este hecho es una demostración de la confianza en el potencial del mercado español de cruceros. En octubre pasado su vicepresidente lo avaló con un dato: el porcentaje de crecimiento de sus ventas en España ya representa el doble del crecimiento total de toda Europa. El crecimiento de NCL en nuestro país se ha producido gracias a los buques adicionales basados en Barcelona (el Norwegian Epic y el Norwegian Jade), además de las rutas que se han operado en invierno desde Málaga y la capital catalana. Este año 2012 NCL cuenta con cuatro barcos en toda Europa y que, como novedad, el Norwegian Spirit llegará el próximo abril para permanecer basado todo el año desde Barcelona, lo que aumentará en un 40% la capacidad ofertada.

Costa Deliziosa.



Iberocruceros.



Problemas locales: posible efecto de la tasa turística de Cataluña

En los últimos meses se ha producido la tramitación de los presupuestos 2012 de la Generalitat de Cataluña, que incluyen entre sus medidas recaudatorias la denominada tasa turística, que grava las pernoctaciones en hoteles y buques de crucero en esa Comunidad Autónoma. La aplicación de este tributo ha sido polémica desde el primer momento, por varios motivos. En primer lugar, este nuevo tributo no puede ser nunca una tasa, dado que estas son un pago a la Administración por la prestación de un servicio. Y el buque y sus pasajeros ya pagan, y muy generosamente, por los servicios portuarios que reciben. Es, por lo tanto, un impuesto, y como tal debería ser denominado. Sólo existen antecedentes del mismo en Alaska, donde fue aprobada en 2006, y por motivos medioambientales, nunca recaudatorios. Los resultados fueron evidentes: se redujo la oferta año tras año, llegando a un 14,5% entre 2009 y 2010. Este hecho, y varias sentencias judiciales contrarias, obligaron al Estado de Alaska en 2010 a negociar con las navieras un acuerdo, que significó que la tasa descendió de 46 a 34,50 dólares, con un descuento adicional de 15 dólares si el buque hacía escala en puertos como Juneau o Ketchikan. Pero los resultados de este acuerdo sólo se vieron dos años más tarde, cuando algunos de los buques que habían sido destinados a otros mercados (sobre todo Europa) volvieron a esas latitudes. En cualquier caso, Alaska pasó de ser el segundo destino de cruceros tras el Caribe, al tercer lugar, tras ser sobrepasada largamente por Europa.

Pero los buques de crucero ya pagan tasas por atracar en cada puer-

to, que son de dos tipos. La denominada T1, que grava la utilización por los buques de las aguas de la zona de servicio del puerto y, de las obras e instalaciones portuarias que permiten el acceso marítimo al puesto de atraque o de fondeo que les haya sido asignado y, la estancia en los mismos en las condiciones que se establezcan. Queda incluida en esta tasa la prestación de los servicios comunes de titularidad de la respectiva Autoridad Portuaria de los que se benefician los usuarios sin necesidad de solicitud. Esta tasa es función del tamaño del buque (medido en GT) y del tiempo de estancia, siendo la mínima de tres horas, mientras que a partir de quince se computa como día completo. Sobre esta tarifa base, las distintas Autoridades Portuarias desarrollan su estrategia comercial: por ejemplo, paradójicamente, Barcelona ha potenciado a los buques que utilizan sus muelles como puerto base: si la tasa general fuera la unidad, un buque de crucero en tránsito pagaría 1,05 sobre esa tasa. Si se trata de un crucero en puerto base, el coeficiente a aplicar sería 0,84; y si se trata de un crucero en puerto base con al menos doce escalas anuales como tal, u ocho cuando el tráfico es estacional, el coeficiente será de 0,75. Si además el atraque se realiza en un muelle objeto de concesión (por ejemplo, Palacruceros), la reducción es aún mayor, con coeficientes de alrededor de 0,5. Y la denominada T2, o tasa del pasaje, que grava la utilización por los pasajeros, por sus equipajes, y en su caso, por los vehículos que estos embarquen y desembarquen en régimen de pasaje, de las instalaciones de atraque, accesos terrestres, vías de circulación y otras instalaciones portuarias. Esta tasa es variable en cada puerto, y depende si el buque utiliza las instalaciones del mismo en régimen de puerto base, o en tránsito, y siempre son mayores en el primer caso, dado que el uso de las instalaciones es mucho más

Puerto de Barcelona.



intensivo. En Barcelona, en atraques y estaciones marítimas otorgadas conjuntamente en concesión o autorización, las tasas ascienden a 2,04 y 1,275 euros, respectivamente. En puertos que quieren captar este tráfico, como Castellón, por ejemplo, las tasas son 1,2€/pasajeros y 0,75€/pasajero, respectivamente. Y, por último, las tasas por servicios portuarios y comerciales: práctico, amarre, recogida de residuos, suministro de agua, remolcadores, etc.

Lo cual lleva a varios hechos paradójicos. Dado que las Autoridades Portuarias son gestionadas por las Comunidades Autónomas, se puede dar el caso que, con la aplicación de la "tasa turística", la administración turística grave a los pasajeros de cruceros, mientras que la administración portuaria ofrezca bonificaciones para evitar perder tráfico. Y todo esto en un contexto legal que obliga a los puertos a ser rentables, algo que por ejemplo no se exige a los aeropuertos, que son receptores de sustanciosas subvenciones de las Comunidades Autónomas para que determinadas aerolíneas los usen.

Cabe recordar que por el puerto de Barcelona pasaron el año pasado 2,6 millones de pasajeros de cruceros. Por tanto, la tasa turística per-

Ocean Princess.



Noor Dam.



Magig Carnival.



Norwegian Epic.



Liberty of the Seat.



Puerto de Palma de Mallorca.



mitiría recaudar unos **6,5 millones de euros al año**. La aplicación de la tasa supondrá un nuevo gasto para las navieras, pero con dos escenarios diferentes. Por ejemplo, MSC Cruceros indica en su folleto 2012 que realizará 101 escalas en Barcelona. Más de dos tercios de las mismas serán en los mega buques MSC Fantasia y MSC Splendida, que transportan casi 4.000 pasajeros. Suponiendo que en cada escala cada buque MSC transporte de media 3.000 pasajeros, la nueva tasa le supondrá a MSC alrededor de 760.000 euros. Costa Cruceros, Pullmantur y Royal Caribbean pagarán cifras similares ¿Qué puede ocurrir? No conviene olvidar que los buques de crucero, a diferencia de los hoteles, se pueden mover. El grupo Carnival (que nueve alrededor de un millón de pasajeros en Barcelona) ha realizado pingües inversiones en sus muelles, incluyendo una terminal propia, por lo que no parece razonable su marcha de la Ciudad Condal. Sin embargo, el grupo Royal Caribbean y MSC Cruceros no tienen esta atadura y pueden optar por Palma o Valencia. En cualquier caso, si cundiera el ejemplo de Barcelona y la aplicación de tasas se extendiera, las grandes beneficiadas serían los puertos de Mediterráneo oriental, sobre todo si los conflictos geopolíticos y económicos que sufren comienzan a solucionarse

Puertos de cruceros

Los datos de Puertos del Estado muestran otro año excepcional para el tráfico de cruceros turísticos. Hasta veinticuatro enclaves recibieron este tipo de 3.901 escalas, con un crecimiento del 7,73%, transportando 7.997.893 pasajeros, con un notable incremento anual del 11,8%, justo en la frontera de los ocho millones de personas, que podrían haber sido sobrepasadas con un escala adicional. De ese total, cerca de un tercio correspondió a Barcelona (2.642.493 pasajeros, con un crecimiento del 12,69%), con Baleares en segundo puesto, con 1.614.499 pasajeros y un crecimiento del 4,78%. De los veinticuatro puertos de cruceros, quince registraron un crecimiento en este tráfico, mientras que los nueve restantes tuvieron números negativos, incluyendo la sorpresa de Málaga, en el quinto puesto del ranking, que tuvo un descenso mínimo de un 3%. Los

puertos de Canarias tuvieron también, a pesar de su estacionalidad, un año excelente: en el tercer lugar aparece Tenerife, con un crecimiento de 11,97% hasta 828.590 pasajeros, mientras que la cuarta plaza es para Las Palmas, que creció un 19,1% hasta 760.896. El sexto de la lista es Valencia, que muestra un sobresaliente crecimiento del 49,15% hasta 378.463 pasajeros. Además, este primer semestre adjudicará las obras de los muelles de la nueva terminal de cruceros, lo que a medio plazo, y si finalmente se aplica la tasa turística en Cataluña, puede suponer un cambio notable en el ranking. El séptimo puesto corresponde a Cádiz (con un crecimiento del 11,99% hasta los 374.217 pasajeros). Vigo tiene la octava posición, con un crecimiento del 8,56% hasta 253.637 pasajeros. Ambos puertos pueden sufrir en 2012 por la retirada del Grand Voyager de Iberocruceros. Los dos últimos puertos de la lista corresponden a La Coruña (con un crecimiento del 81,86% hasta 128.563 pasajeros), mientras que el décimo fue Alicante con 108.435, con un crecimiento del 43,06%.

Arturo Paniagua

Horizon.



Celebrity Silhouette.





MANUEL BUITRÓN

nos ofrece una visión del turismo a través de los cruceros fluviales

El presidente y director general de Politours, Manuel Buitrón, que también es presidente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), nos ha contestado a las siguientes preguntas como uno de los más veteranos y experto en mayoristas en el sector.



Politorus lleva quince años en los ríos rusos y ocho en el Rin ¿Cómo ha evolucionado el producto en ese tiempo?

La aportación fundamental de Politours River Cruises es que fuimos pioneros en comercializar en España y en diversos países hispanos parlantes un producto que ya llevaba 30 años funcionando en varios ríos europeos. Este tipo de viaje se ha ido popularizando poco a poco a base del boca a boca y de la satisfacción completa del cliente, pero desgraciadamente sigue sien-

do un formato de viaje desconocido entre los agentes de viaje que muchas veces confunden con un crucero marítimo, mal informando al cliente final.

Actualmente Politours Rivers Cruises fleta en exclusiva barcos propiedad de una naviera suiza. A diferencia de otras navieras europeas con las que trabajan la competencia y que ofrecen a los clientes comidas servidas, con un menú limitado y fijo, Politours ofrece en almuerzos y cenas un variado y completo buffet, para que cada persona pueda servirse lo que guste en variedad y en cantidad.

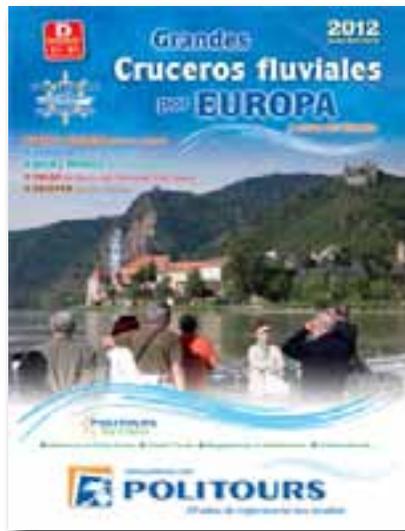
Somos pioneros en la comercialización de crucero fluviales en el mercado español

Politours es líder en Cruceros Fluviales en el mercado español ¿Nos podría indicar el número de pasajeros que disfrutaron de un Crucero Fluvial Politours en 2011? ¿Qué cuota de mercado tiene Politours?

El volumen en esta última temporada 2011 supera los 10.000 pasajeros, pero teniendo en cuenta que nuestras embarcaciones tienen solo una capacidad de 120/150 personas en Europa y 200 aproximadamente en Rusia dan una idea del esfuerzo comercial y operativo que debemos realizar. En cuanto a la cuota de mercado que operamos esta supera el 65%, y como es lógico pretendemos mantener e incluso crecer pero sin prescindir jamás de nuestra máxima calidad de servicio, esa tentación se la dejamos a otro.

¿Qué diferencia a Politours de la competencia?

Politours River Cruises tiene perfeccionado todos sus horarios y actividades a bordo con la idea de amoldarlo a las costumbres españolas y desde luego en nuestros cruceros, las rutas están diseñadas con el objetivo de no repetir nunca el mismo trayecto durante el período de viaje del cliente. Por ejemplo en el Danubio se embarca en Linz (ciudad de gran interés turístico/histórico) llegando pausadamente hasta Budapest y el siguiente viaje se iniciara en Budapest terminando en Linz, con ello y de una manera pausada podemos permitirnos el lujo de visitas más largas, completas y tranquilas en los puntos de mayor interés. También debemos señalar que nuestra competencia en España contrata simplemente 15/20 cabinas en esos cruceros Arosa/Viking/Nicko y por tanto el cliente español que



viaja en esas condiciones se puede llegar a sentir una "minoría" teniendo que aceptar unas condiciones de viaje y costumbres ajenas a ellos... megafonía a bordo en alemán o inglés, amenización nocturna en un idioma distinto al suyo etc.

El catalogo de Politours 2012 significa una apuesta por los barcos mas grandes, y en algún caso, mas lujosos, en los rios de Europa Central ¿Por qué potencia este destino este año?

Es cierto que en la Europa civilizada (Rin/Danubio) empezamos con Cruceros de **3 anclas**, ahora después de años de dar un magnifico producto nos permitimos contar con Cruceros **4 anclas** como los Swiss Crystal y Swiss Diamond, incluso presumimos de flotar el primer Crucero **5 anclas** en el Rin, que es el Swiss Crown, con 3 cubiertas. Y lo que queremos es mejorar cada día, el servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

En otro destino estrella como Rusia, también Politours crece operando un buque en exclusiva ¿está el mercado español preparado para esta oferta, o cuentan con otros emisores para absorberla?

En Rusia para el 2012 contamos en exclusiva para el mercado español con 2 cruceros, Anton Chejov **3 anclas Sup.**, y con el ya conocido Zosima Shashkov de **3 anclas**; ambos con equipo hispano bilingüe a bordo. Nos está costando, pero no necesitamos de ningún otro T.O. que nos ayude, por el contrario tanto estos barcos como los anteriores mencionados los estamos promocionando en Sudamérica; y ofrecer productos exclusivos hispanos tiene su clientela y sus ventajas.

¿Cuál es el destino de cruceros fluviales con más potencial de crecimiento?

En Cruceros Fluviales el crecimiento tiene que ser en calidad de servicios, en rutas europeas bien diseñadas. El concepto de pequeños hoteles boutique flotantes, que nos otorgan, es acertado; separamos mantener su glamorosa privacidad. Las pequeñas dimensiones lo hacen todo más exclusivo, mantenemos ese carácter, y añadamos clientela selecta. Eso sí que son vacaciones entrañables para recordar. Surcar los bellos ríos europeos, cuencas de viejas civilizaciones, es una delicia, pero el aumento de tamaño sería ignorar el calado de los mismos, así como galibo de sus puentes de piedra centenaria.

Los buques de pasaje fluviales, con otro tamaño, tratan de emular ciertos aspectos de los cruceros marítimos: camarotes con balcón, spa, varios restaurantes, etc. ¿cual será la evolución del buque fluvial de cruceros en el futuro?

Como ya le he comentado los ríos limitan los tamaños de los barcos. En los ríos, excepto en el Volga, las etapas son muy cortas por lo que en mi opinión esos aspecto no son ni posibles, ni necesarias. Las cabinas "French balcony" lo único que hacen es quitar espacio a las ya reducidas dimensiones de las mismas; Restaurantes: no caben; spas?... Los mares son ilimitados, los ríos son limitados y consecuentemente los cruceros fluviales también lo son.

En mi opinión comparando ambos, cosa que no se debe hacer, la única desventaja es esta en el tamaño de las cabinas; todo lo demás son claras ventajas para el viajero exigente y algo selecto. ☺

Arturo Paniagua





Presenta su nuevo itinerario por el Caribe

- * *MSC Lirica realizará embarques en Santo Domingo (República Dominicana) y escalas en Guadalupe y Martinica (Antillas Francesas)*
- * *El crucero comenzará a partir de diciembre e incluye vuelos desde España*

MSC Cruceiros, presenta un nuevo itinerario por el Caribe para la temporada de invierno 2012-2013 con embarques en Santo Domingo (República Dominicana). Este nuevo itinerario abre una amplia gama de fascinantes excursiones en tierra, ya que la compañía crea con este nuevo destino, una oportunidad única para que los pasajeros experimenten lo mejor de esta idílica región.

El 2 de diciembre de 2012, **MSC Lirica** saldrá desde Barcelona en un crucero de 14 días, que terminará en Martinica (Antillas Francesas) el 15 de Diciembre. **MSC Lirica** viajará desde el Mediterráneo a través del Océano Atlántico y hasta el Mar Caribe realizando diversas escalas y 7 días completos de navegación, este crucero ofrece a sus pasajeros la oportunidad perfecta para disfrutar de las impresionantes instalaciones a bordo de este barco de lujo.

Del 19 de diciembre de 2012 hasta el 13 de febrero de 2013, **MSC Lirica**

realizará cruceros de 8 días con embarque en Santo Domingo (República Dominicana), y escalas en La Romana (República Dominicana), Philipsburg (Antillas Holandesas), Fort-de-France (Martinica), Pointe-à-Pitre (Guadalupe), Saint John's (Antigua y Barbuda), Road Town (Islas Vírgenes), y regresando de nuevo a Santo Domingo. Para este itinerario, **MSC Cruceiros** incluye vuelos hasta Santo Domingo.

MSC Lirica saldrá de Las Antillas Francesas el 20 de febrero de 2013, para realizar su travesía de vuelta de 17 días desde Santo Domingo (República Dominicana) hasta Barcelona.

MSC Lirica, de 59.000 toneladas, cuenta con 780 camarotes, la mejor cocina Mediterránea e internacional y una variada selección de ocio y entretenimiento. El crucero de lujo cuenta con 4 restaurantes, 8 bares y salones, los 1.000 m² de MSC Aurea Spa, una pista de atletismo, un campo de mini golf, numerosas tiendas, un casino, un teatro con 700 asientos, discoteca y club para niños. ☺



Primera compañía del sector en crear una empresa de capital 100% extranjero en China

- * *El Ministerio de Transporte de La República Popular China ha concedido un permiso especial para empresas extranjeras y la primera autorización ha sido para Costa*
- * *La nueva empresa ofrecerá servicios comerciales y financieros a sus socios y pasajeros del país asiático*

Costa Crociere, compañía de cruceros creará la primera empresa de capital totalmente extranjero (WFOE, en sus siglas en inglés) en China. Esta nueva empresa estará ubicada en Shanghái, puerto donde opera **Costa Crociere** en China, y ofrecerá servicios comerciales y financieros a sus socios y pasajeros locales, tales como servicios de marketing, gestión de billetes y recaudación.

Como primera compañía internacional en penetrar en el mercado chino, **Costa Crociere** se ha convertido en una de las marcas turísticas más populares, reconocidas y admiradas de todo el país. En octubre de 2011, ya eran más de 170.000 los pasajeros chinos que han disfrutado de los cruceros de estilo italiano de **Costa**. ☺



Descubre "El Despertar Ártico" por la costa Noruega

* Del 15 de marzo al 31 de mayo, los pasajeros podrán disfrutar del nuevo programa "El Despertar del Ártico" por la costa noruega que incluye una amplia variedad de excursiones que giran entorno a la primavera en el Ártico

La compañía naviera **Hurtigruten** ha desarrollado un nuevo programa para esta primavera de 2012 bajo el nombre de "El Despertar Ártico",



que ofrece a los viajeros la posibilidad de conocer de una manera diferente la costa y la cultura noruega, a través de diversas actividades tanto a bordo como en tierra. "El Despertar Ártico" estará vigente del 15 de marzo al 31 de mayo, en todos los barcos que conforman la ruta de El Expreso del Litoral.

Con estas actividades se pretende acercar la cultura gastronómica noruega a los huéspedes de **Hurtigruten**

incluyendo la degustación de delicias culinarias como camarones frescos o bacalao frito, que representan algunos de sus manjares.

También se llevará a cabo una serie de excursiones en tierra para sentir el despertar de la primavera en Noruega. ☺

Más información:
www.hurtigrutenspain.com.

NCL NORWEGIAN CRUISE LINE®

FREESTYLE CRUISING® DESDE BARCELONA

Este verano tus clientes podrán disfrutar del Freestyle Cruising en cruceros con salida desde Barcelona a bordo del espectacular Norwegian Epic y del Norwegian Spirit, que por primera vez zarpa desde la Ciudad Condal.



MEDITERRÁNEO OCCIDENTAL DESDE BARCELONA

NORWEGIAN EPIC • 7 NOCHES
Fechas 2012: 25 de abril – 14 de octubre
(salidas los domingos)



GRAN MEDITERRÁNEO DESDE BARCELONA

NORWEGIAN SPIRIT • 12 NOCHES
Fechas 2012: 28 de abril – 13 de octubre



Del 12 de mayo al 21 de octubre y del 24 de mayo al 23 de octubre, el crucero se inicia en Atenas y finaliza en Barcelona.

Para más información visita es.ncl.eu

TÚNEZ

TÚNEZ UN PAÍS FASCINANTE EN EL CORAZÓN DEL MEDITERRÁNEO

Un espléndido pasado se respira en cada rincón de sus milenarias ciudades auténtico crisol de culturas

Túnez deslumbra a sus visitantes por la variedad y belleza de sus incalculables atractivos conservados a lo largo de la historia. Cuando se acaba de cumplir el primer aniversario de la *Revolución de los Jazmines*, que ha traído de nuevo la libertad y la democracia al pueblo tunecino, convirtiéndolo en un país mediterráneo más estable en cuanto a seguridad, desarrollo social e infraestructuras turísticas, es un buen motivo para viajar. Con anterioridad, era visitado por más de siete millones de turistas que acudían atraídos por sus numerosos recursos turísticos.

Túnez presenta una oferta muy variada para todos los amantes del paisaje, el arte y la cultura, los amantes del golf, para parejas en viajes de luna de miel, para empresas que buscan modernas infraestructuras para celebrar sus congresos, convenciones e incentivos o para disfrutar de excelentes instalaciones de talasoterapia. Posee unos buenos alojamientos hoteleros con una relación calidad/precio muy competitiva en la que están presentes varias cadenas hoteleras españolas. Es un emporio de culturas en donde, a lo largo de la historia, fenicios, cartagineses, romanos, bizantinos, turcos, españoles y árabes, dejaron su huella indeleble.



La típica arquitectura de la ciudad de Túnez se refleja en la Mezquita.



Vista de la ciudad de Túnez.

Uno de los magníficos mosaicos del Museo del Bardo.



Tierra de grandes contrastes de norte a sur, con paisajes de bosques frondosos de alcornocques, inmensos campos de olivos, de viñedos, llanuras de cereales, dunas saharianas, oasis placenteros, desierto y mil trescientos kilómetros de costa con las más bellas playas, dos tercios de las mismas aún vírgenes. La rica y surtida artesanía la encontramos en los zocos de **Túnez**, con recuerdos originales, los famosos tapices de Kairouan y de Gabès, las vasijas de barro y cerámica de Nabeul y Djerba, telas y tejidos bordados con hilo de oro y plata, objetos de cobre

tallado y esmaltado, joyas tradicionales de oro, plata y coral, artículos de cuero,....

Otro de sus grandes atractivos en su gastronomía, forjada a lo largo de los siglos asimilando las influencias mediterráneas, magrebíes y orientales. La riqueza cultural y la bondad de sus productos, son los ingredientes de sus especialidades como ensaladas de verduras asadas, tajines, cuscus, briks, asados de cordero y una variada y rica repostería a base de frutos secos y almíbar. A todos estos alicientes se añade

el encanto de un clima templado, con unos inviernos suaves de una temperatura de unos 11 grados y veranos agradables con 25 grados de media.

Túnez inicio de nuestro periplo

Situado a tan solo dos horas de vuelo desde Madrid, y una hora y media desde Barcelona, con la compañía nacional Tunisair, que ofrece al pasajero una atención especial con su servicio de a bordo, supone una ventaja añadida para disfrutar de la

La Avenida de Habib Bourguiba.



mejor relación exotismo-distancia. En la zona de La Marina, a veinte kilómetros al norte de la capital junto a las encantadoras costas del Mediterráneo, el Regency Tunis Hotel, nos da la bienvenida. Dispone de dos piscinas al aire libre y una cubierta, spa, gimnasio, tres restaurantes, discoteca, salones para reuniones y 200 amplias y confortables habitaciones con baño completo, minibar, café y te, wifi y acceso a Internet gratuitos.

Sin pérdida de tiempo, acudimos a la Medina, en el casco antiguo musulmán de la ciudad que apenas ha variado su aspecto desde la Edad Media, donde se encuentra el Túnez más genuino y atractivo para el turista con sus típicos y animados zocos. Descubrimos un mundo nuevo, en medio de mezquitas que tocan a oración cinco veces al día, palacios

de bellos patios, celosías y arabescos situados en estrechas callejuelas empedradas con casas encaladas y puertas con vistosos arcos de madera y aldabas, cafeterías donde los tunecinos fuman en narguiles (pipas de agua y tabaco aromático) mientras saborean un exquisito té verde, los harmam (baños tradicionales con entrada separada para mujeres y hombres), las madrazas escuelas para los niños, etc.

Justo en frente, al Este, se encuentra la ciudad nueva, la Ville Nouvelle, construida por los franceses durante la ocupación del país, hasta que en 1956 se independizó de Francia, donde existen grandes avenidas como la de Habib Bourguiba, de France, de París, de Londres, Cartago, Habib Thameur, con edificios altísimos, hoteles, teatros de estilo Art Nouveau y Art Deco, la catedral de

San Vicente Paúl, la única católica abierta al público, tranvías, comercios con marcas occidentales, bares y cafés al estilo europeo. Esta ciudad moderna convive con la tradicional Medina. La gran avenida arbolada Habib Bouguiba, en honor al héroe de la Independencia y presidente tunecino del mismo nombre, realizada imitando los parisinos Campos Elíseos, constituye el verdadero centro de la ciudad nueva.

Presidiendo en un extremo, se encuentra la conocida Torre del Reloj construida para celebrar la independencia del país, puntiaguda torre de 30 metros decorada con una fina tracería de color rojo, con un reloj en cada una de sus cuatro caras que culminan en lo alto con una pirámide dorada. Por el día y por la noche, durante la cual permanece iluminada, sirve de punto de encuentro para tunecinos y foráneos. Tras recorrer la moderna avenida de Francia se llega a la Puerta de Bab el Bahr o del Mar, que marca la línea de separación con la Medina, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

En las cercanías de la Gran Mezquita se encuentra uno de los zocos más visitado, el Zoco et Trouk en donde está la famosa tienda de alfombras de Au Palais d'Orient, desde cuya terraza se disfruta de una excelente vista del patio de la Gran Mezquita y de los alminares de la Medina...

La famosa mezquita de Túnez



La belleza de Cartago.



Sidi Bou Said pintoresca aldea marinera

En la costa, al este de la capital, se encuentra la pintoresca aldea de **Sidi Bou Said**, bellísima población marinera de casas de pescadores, comerciantes, artesanos y segunda residencia de la burguesía tunecina, que cuando disfruta del mejor clima, es invadida por miles de turistas. Situada en un acantilado, goza de magníficas vistas sobre el golfo de Túnez y se identifica por sus estrechas callejuelas bien cuidadas en donde predominan las casas con puertas árabes con el característico color azul. Sus encantos fueron el foco de atracción en los años 20 del siglo pasado, vanguardistas como Andre Gide, Jean Paul Sastre, Simone de Beavoir o Paul Klee. Al final de la calle principal, en lo más alto, se encuentra el famoso café des Nattes, con una entrada en forma de herradura, lugar de reunión de los intelectuales franceses, con un techo de artesanado de madera, llamativas columnas de tonos rojos y verdes y bancos de piedra blanca cubier-

tos con vistosas alfombras sobre las que sentarse y tomar un delicioso té verde con piñones.

Allí es obligada la visita al impresionante palacio de Dar Ennejma Ezzahara, hoy convertido en Centro de Música Árabe y del Mediterráneo, construido entre 1912 y 1922 por el barón Rodolphe d'Erlanger que ocupa una pequeña colina junto al mar, en su interior decorado con motivos, mobiliario y arquitectura árabe, con un acogedor jardín. Se culmina la mañana almorzando en el restaurante Dar Zarrouz un excelente menú.

Continuamos nuestro itinerario hasta llegar a **Cartago**, la ciudad más importante del Mediterráneo en época fenicia, fundada en 814 a.C. y declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Se conservan bien las Termas de Antonino, el anfiteatro, algunas villas romanas, restos de bellos mosaicos y de la basílica de San Cipriano, del teatro Adriano del siglo II y de las descomunales cisternas que suministraban

agua a la ciudad. Muy próximo se encuentra la catedral de San Luís, construida en 1890 con dos bellas torres y cúpulas, cerrada al culto desde 1964 y utilizada como auditorio de música y centro de exposiciones. En el museo de Cartago se pueden admirar magníficas colecciones de mosaicos, esculturas fenicias, jarrones de bronce, vasijas púnicas y profusión de utensilios domésticos.

Una de las visitas ineludible es a **La Goulette**, lugar predilecto para disfrutar de una buena gastronomía a base de pescados y mariscos en alguno de sus restaurantes. Destacado puerto pesquero, en el siglo XVI era un intrincado refugio de piratas que fue atacado por tropas españolas y en 1533 Carlos V mandó construir en el lugar un fuerte que aún hoy se pueda admirar. Aquí es donde fue aclamado por la multitud Habib Bourguiba, el héroe de la independencia tunecina a su regreso del exilio, tras la proclamación de aquella en 1956.

Otros muchos lugares de Túnez se deben visitar como las playas de Hammamet, la isla de Djerba, la ciudad santa de Kairouan, Tabarca, Tozeur y, para los amantes de la naturaleza, el desierto que ocupa una tercera parte del territorio nacional con sus lagos salados y verdes oasis. ☉

José Antonio Fernández Cuesta

Vista desde una terraza en Sidi Bon Said.



La belleza de una puerta en el centro de Túnez capital.





Tunisair incorpora un nuevo vuelo los miércoles a su operativa regular desde Madrid

Tunisair ha anunciado que va a ofrecer a sus clientes un vuelo adicional a Túnez desde Madrid todos los miércoles, con el fin de ofrecer una alternativa con continuidad

de frecuencias semanales entre ambas capitales.

La frecuencia está funcionando desde finales de marzo. De esta forma, la operativa regular de la compañía de

bandera de Túnez con salidas desde Madrid contará con 4 vuelos semanales (lunes, miércoles, viernes y domingo), siendo las 4 frecuencias alineadas en su horario: salida de Madrid a las 19,35 h y llegada a Túnez a las 20,45 h., el regreso es a las 15,20h salida de Túnez y llegada a Madrid a las 18,25 h.

Desde la ciudad condal, Tunisair recuerda que dispone de 4 vuelos semanales que operan los lunes, jueves, viernes y domingo.

En cuanto a su ruta directa desde Bilbao, la compañía ofrece al mercado emisor del país vasco y el de las regiones limítrofes un vuelo semanal cada lunes. ☺



Para más información :

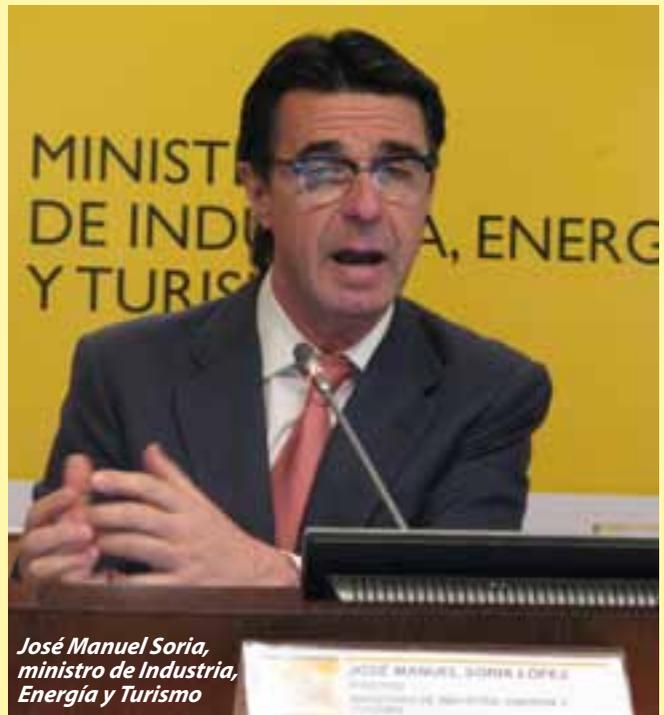
www.tunisair.com

El ministro de Industria ha señalado que Canarias puede “compatibilizar” el turismo con el petróleo

El ministro de Industria, José Manuel Soria, ha señalado en el Congreso, en respuesta a José Segura (PSOE), que “el interés general de los españoles, de la economía, y particularmente de los canarios” justifica las prospecciones de petróleo y que se puede. “compatibilizar” el turismo con la actividad industrial y comercial que le proporcionarían este hallazgo a Canarias.

Soria destacó que las prospecciones son a 61 kilómetros de las costas canarias, “exactamente en la mediana”, y con las garantías medioambientales. En ese momento de la intervención, Soria sacó la página de CANARIAS7 que recogía unas declaraciones del líder del PSOE canario y hoy vicepresidente del Gobierno, José Miguel Pérez, defendiendo autorizar las prospecciones “con los ojos cerrados”.

Previamente, y en declaraciones a Radio Nacional de España, Soria señaló que esos beneficios para Canarias podrían ser también fiscales y que de ello habló en enero con Paulino Rivero, agregando que ambos estaban de acuerdo al respecto, por lo que no entiende la oposición ahora del Ejecutivo canario. Asimismo, recaló que las futu-



*José Manuel Soria,
ministro de Industria,
Energía y Turismo*

ribles bolsas se encuentran a 61 kilómetros de Canarias, “en la mediana entre España y Marruecos, a una hora” de la costa española.

En respuesta al rechazo del Gobierno canario y de su presidente Paulino Rivero, Soria defendió las prospecciones porque generará beneficios para Canarias, una comunidad autónoma –recordó– que recibió 12 millones de visitantes en 2011 pero que tiene una tasa de paro del 31%. ☺

Un breve recorrido por la costa alemana



La costa alemana es Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde Wattenmeer pasando por Bremen, Lübeck y Wismar hasta Stralsund

La preciosa ruta conecta Wattenmeer o Mar de Frisia, lugar patrimonio de la humanidad en la costa alemana del Mar del Norte y el patrimonio cultural de la Liga Hanseática (1) con el romanticismo de los clásicos balnearios del Mar Báltico de finales del siglo xix. Las marismas

(Wattenmeer) son un hábitat único en el mundo para más de 10.000 tipos de animales y plantas. Los visitantes pueden descubrir este tesoro natural por sí mismos durante un paseo en carruaje, o en excursiones guiadas a pie o en barco para ver los bancos de focas. Desde las marismas de la Baja Sajonia

se llega enseguida a la ciudad hanseática de **Bremen**. El Ayuntamiento y la estatua de Rolando fueron declarados Patrimonio de la Humanidad en 2004. No muy lejos de la estatua se encuentra el monumento dedicado a los mundialmente famosos Músicos de Bremen.

(1) *La Hansa o Liga Hanseática fue una organización de comerciantes del norte de Alemania, a la que pertenecieron alrededor de 70 grandes ciudades y entre 100 y 130 ciudades de menor tamaño. Estas ciudades estaban situadas en una región que hoy abarca siete países europeos: desde el mar de Zuider en Holanda por el oeste hasta Estonia en el Báltico al este y desde Visby en Suecia al norte hasta la línea Könin-Erfurt-Breslau-Krakau al sur. El área de influencia económica de los comerciantes de la Hansa abarcaba en el siglo xvi desde Portugal hasta Rusia y de los países escandinavos a Italia, un área que hoy en día comprende veinte países europeos. En su época de esplendor la Hansa llegó a ser tan poderosa, que para la consecución de sus fines lograba imponer bloqueos comerciales contra algunos reinos e incluso provocar guerras. Las Ciudades hanseáticas en la costa de Alemania son: Greifswald, Rostock, Stralsund, Wismar, Wolgast, Lübeck, Bremen, Hamburgo, Buxtehude, Stade, Osnabrück, Hamelin, Lüneburgo*



La siguiente parada es la ciudad hanseática de **Lübeck**. Gozan de fama mundial la puerta Holsentor, el ayuntamiento, las siete torres de iglesia y los más de 80 pasadizos y patios medievales de la ciudad. El mazapán de Lübeck es tan exquisito que, en opinión de los habitantes de la ciudad, también debería ser declarado Patrimonio de la Humanidad.

El viaje nos lleva a otra ciudad hanseática, **Wismar**. La típica arquitectura de ladrillo del norte de Alemania resulta fascinante por su encanto, tosco y acogedor al mismo tiempo. San Nicolás, Santa María, San Jorge: imponentes templos de estilo gótico tardío que se alzan hacia el cielo sobre la ciudad.

El paisaje de la costa báltica se caracteriza por sus tranquilas ciudades y pueblecitos, elegantes fincas, sombreadas alamedas y las aguas cristalinas de sus maravillosas playas. La ruta termina en **Stralsund**, después de atravesar el Parque Nacional de los *bodden* de Pomerania Occidental. La ciudad hanseática da la bienvenida al visitante ya desde lejos con sus tres magníficas iglesias de ladrillo. En la isla-puerto de Stralsund, en el estrecho de Strelasund, el OZANEUM invita a realizar un viaje submarino por el Mar Báltico, el Mar del Norte y el Océano Atlántico hasta llegar a los mares polares. Junto a los "Gigantes de los mares" destaca el también gigantesco estanque de bancos de peces.

Naturaleza: Islas e islas Halligen

"Sueños que nadan" la llamaba el escritor Theodor Storm, pues sin duda las diez peculiares Halligen, únicas en el mundo, tienen algo muy especial. Invitan a soñar y a quedarse a descubrirlas. Bañadas e incluso en ocasiones anegadas por el mar, estas islitas que no están cercadas por un dique a su alrededor, están en pleno Parque Nacional de las marismas (Wattenmeer) de Schleswig-Holstein, y desde 2009 son Patrimonio Natural de la UNESCO. Al mismo tiempo, son parte de la zona biosfera de las marismas de Schleswig-Holstein y Halligen.

Ya sea para hacer una excursión en el día o pasar unos días de vacaciones, el viaje a las Halligen tiene una luz diferente en cada época del año.

Las mareas inundan varias veces al año estos islotes, de manera que sólo quedan a la vista las casas construidas sobre las colinas artificiales. En Hallig Hooge hay un cine donde muestran en un corto el comportamiento de estas mareas.

Gastronomía de la costa alemana

De las cámaras de ahumado del Báltico provienen pescados como los suaves espadines de Kiel y las anguilas de Rügen, de vientre dorado oscuro. En Hiddensee los pescadores

La marisma.



La bella arquitectura de la región.



El mazapán de Lübeck.



Las típicas casetas/hamacas en la playa de las islas Halligen.



Puerto Husum.



Los típicos tejados de las ciudades.

de los bodden (albuferas bálticas) rehogan las piezas frescas de anguila en mantequilla derretida. Los arenques matjes se comen en la región de Waterkant en los estados federados de Mecklemburgo y Schleswig-Holstein con patatas cocidas con piel al vapor y tiras de bacon. Los crujientes rollitos de arenque se toman con el legendario Labskaus (plato marinerero a base de patata, carne y remolacha) de Hamburgo y huevos fritos. En ambos mares gustan mucho los platos que mezclan dulce y salado. El Tollatsch de Pomerania se prepara con sangre, manteca con chicharrones y pasas. En Holstein suelen cocer a fuego lento peras, judías y tocino. Y lo que es verdaderamente dulce es el postre más famoso, el mazapán de Lübeck. Las excelentes cervezas acompañan siempre este tipo de comidas, que no pueden terminar sin el típico schnapps, un buen aguardiente de trigo o cúmel. Con el ron de Flensburg se prepara un ponche que calienta en cuerpo y alma.



El puerto de Wismar.

Aunque sus platos típicos, como la sopa dulce Kliebensuppe, las patatas con nata agria Schmandkartoffeln y las torrijas Armer Ritter no suelen aparecer en los libros de cocina, la gastronomía de **Mecklemburgo-Pomerania Occidental** ha dejado hace tiempo de

ser un secreto. La abundancia de excelentes materias primas, producto de una región que ha sabido conservar su naturaleza, resultan fascinantes para los cocineros locales, que igual sirven el más sofisticado plato de cocina francesa que comida típica regional. ☉



Fernando Valmasada rodeado de todo su equipo.



CELEBRA SU X ANIVERSARIO LIDERANDO EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA EN ESPAÑA

*** RV EDIPRESS cumple 10 años de vida. Y a diferencia de la soledad con la que se inició su aventura, más de 350 personas entre profesionales de la información, clientes y relevantes personalidades del Turismo en España, acompañaron durante el acto en el Hotel Mercure Santo Domingo de Madrid a su director general Fernando Valmaceda y todo el equipo que componen RV Edipress en el evento de su aniversario**



Fernando Valmasada,
presidente de
RV Edipress.

Fue una noche singular, el inicio de un año muy importante para RV EDIPRESS en el que "la consolidación del proyecto, el liderazgo en el sector de la comunicación especializada en Turismo, la vocación de servicio a Clientes y profesionales de la información, la implicación, el compromiso, la lealtad y la pasión por lo que hacemos seguirán siendo nuestras señas de identidad", como así manifestó su Director General, Fernando Valmaseda.

Más de 350 profesionales de la información vinculados al sector del Turismo, clientes, empresarios y autoridades que, formaron parte de un evento en el que la magia de la escenografía, las sorpresas, los diferentes escenarios, la música en vivo, la gastronomía y los regalos ofrecidos por varias empresas del sector que fueron sorteados entre los asistentes. (Air Berlín, Panavisión, Paradores, Travelplán, La Senda de los Caracoles, Politours y Soltour).

Desde estas páginas TAT felicita muy cariñosamente a Fernando Valmaceda y a su equipo por llegar a este X Aniversario, deseándole muchos éxitos en su difícil labor de comunicación y a por otros diez años más 🍷

ENTREVISTA A



**VICENTE BLASCO,
PRESIDENTE DE AEDAVE**

Durante el pasado Fitur tuvimos la oportunidad de charlar con Vicente Blasco, nuevo presidente de AEDAVE (Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas), y que nos contestara a unas preguntas referentes al sector dada su experiencia. Con mas de 50 años en el turismo. Abogado, ha sido presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Valencia, 16 años, vicepresidente de a AEDAVE de la Comunidad valenciana, presidente de Scar Club, vicepresidente de AEDAVE y desde finales de diciembre elegido presidente de AEDAVE y en enero de este año nombrado vicepresidente tercero de La Mesa del Turismo.



Con su llegada a la presidencia de AEDAVE. ¿Cómo ve el futuro de las asociaciones?

Yo he apostado muy fuerte por la unidad, para mí lo más importante en estos momentos es ACEYVIT, esa unidad que yo presido durante muchos años parece ser que es realidad. ¿Qué es ACEYVIT?, la cúpula en donde los grandes temas del sector se tratarán y luego cada asociación en su zona territorial o autonómica tratara los temas domésticos, pero el futuro más que nunca necesita la unidad porque estamos en unos tiempos muy difíciles con el fin de llegar acuerdos con los grandes proveedores sobre temas específicos de información turística, temas laborales, fiscales, etc.

¿La creación de ACEYVIT será la unión de todas las asociaciones?

Prácticamente en estos momentos acoge el 90% de las asociaciones, el tema de ACEYVIT no tiene retorno, sí fracasa, fracasa el asocianarismo empresarial español.

¿Cree que podría llegar a fracasar?

Yo creo que no, pero hay "voluntades a respetar independencias" y se tiene que dejar a un lado a veces personalismos e ir todos a una.. Y la fricción que hemos tenido siempre entre Cataluña, bueno eso es un problema histórico. ACABA (Asociación Catalana) ha entrado en la asociación, ha visto que no tenemos otra solución y con el acuerdo que tenemos poco a poco se solucionará todo. Esto no se construye en un día. Han sido muchos años y esto solo ha empezado, creo que se requiere un año como mínimo para ir ajustando las piezas para poner a punto la unión.

El pasado año no ha sido muy positivo para las agencias, ¿Cómo ve 2012?

Bueno el pasado año fue positivo para las agencias de receptivo, pero para el emisor ha sido francamente malo. Yo nunca he sido negativo,

pero si es cierto que la crisis esta afectando fuertemente al consumo y uno de los productos más afectado ha sido el ocio, para este año es una incógnita, yo me conformaría con que el segundo trimestre después de Semana Santa comenzara a moverse un poco el mercado, pero si no se mueve la economía, difícilmente se activará nuestro mercado y tenemos que ajustar las agencias de viajes, tienen que reducir costes, hacer mas profesionales a sus agentes y además una cosa importante, darle a su producto un valor añadido, tenemos una competencia en la venta directa por Internet, y tenemos que estar convencidos de que debemos ser "asesores de viajes".

En cuanto a las relaciones con IATA y su ampliación a 6 meses del pago con talón ¿Cómo están los acuerdos?

Hemos pactado de alguna forma durante seis meses a ver si conseguimos una negociación para obtener una forma de pago que se fijará por las dos partes y yo diría que la relación de IATA agencias de viajes es aquella de "amor y odio", y no tanto con las compañías aéreas, pero a veces IATA toma unas posturas más radicales que creo puede suavizar igual que las agencias de viajes también tienen que entender que les aplica criterio que también son

racionales, son avales etc.. En cuanto a las relaciones con Iberia se han arreglado todos aquellos pequeños conatos, aunque puede haber alguna cosa nueva, pero las relaciones con el equipo directivo de la compañía en estos momentos son totalmente normales y mantenemos conversaciones previas en aquellos temas que pueden ser conflictivos e intentamos suavizar siempre, nos interesa a las dos partes. Las compañías aéreas están pasando un mal momento y las agencias de viajes lo mismo.

Durante el XXII Congreso en Jerusalén, algunos congresistas hicieron la pregunta de ¿cuál es el futuro de las agencias de viajes?

Bueno de alguna forma lo he indicado en una pregunta anterior. Nuestro futuro es que ya no tenemos más remedio que ajustarnos lo que el mercado nos demanda, y el mercado no esta paralizado, pero está bajo mínimos, hay que estimular el mercado, no solamente a base de reducción de precios y descuentos, que creo que es una política de "pan para hoy y hambre para mañana", con toda la seguridad, sino intentar dar productos a precios razonables en relación calidad-precio, y sobre todo insisto las agencias de viajes minoristas en especial tienen que adaptarse a los nuevos tiempos y el que no lo haga desaparecerá del mercado.



En el Foro de Cruceros, celebrado en Madrid, a finales del pasado año, uno de los temas que surgió fue que el agente de viajes o su personal de mostrador no estaba preparado para ofrecer a su cliente lo que buscaba.

La agencia de viajes como bien sabemos, hace años, había un excesivo puntos de venta; las grandes redes abrieron cantidad de oficinas, tenían una especie de competencia entre unas y otras y han tenido una demanda de puestos de trabajo muy alto, con gente no preparadas y a veces las agencias de viaje, por

supuesto excepciones, algunas se han convertido en dispensadores de producto y ha faltado el asesoramiento y la profesionalidad. Ahora bien, yo también me hago una pregunta: y es que la profesión del agente de viajes a partir del segundo escalón hacia abajo el salario no ha sido muy elevado y ha sido una fuga de cambio de agencias o dedicarse a otra profesión, y por tanto no ha existido una preparación de personal ya que solo trabajaba por temporada. Incluso para mí, con tantos años de experiencia, hay algunos folletos que para entenderlos tienes que saber "japonés". Y ahí esta la

labor del agente de viajes para ofrecer el producto idóneo.

¿Qué proyectos tiene para AEDAVE?

Considero que lo que hay que hacer es intentar rejuvenecer toda la asociación y en especial el consejo directivo, y mi intención es que toda aquella agencia de viajes que tenga voluntad de cooperar será bien recibida, estamos con los brazos abiertos porque los necesitamos y con esa gente joven germinará la semilla para que AEDAVE en dos o tres años trate de defender todo lo que ocurra en ACEYVIT, porque a lo mejor a la larga se va a producir una gran fusión donde posiblemente desaparezca AEDAVE, y una serie de asociaciones para crearse la Gran Patronal del Turismo.

Para finalizar, quiere decir alguna otra cosa a nuestros lectores.

Agradezco mucho que una revista informativa de gran peso, con su trayectoria clara y concisa que mantiene su línea editorial evitando presiones, que siempre existen en estas cuestiones, me haya traído hasta sus páginas que agradezco y que la recomiendo que continúe por ese camino. ☺



Antonio Florez, presidente/editor de TAT, entrevistando a Vicente Blasco, presidente de AEDAVE.

PRÓXIMO NÚMERO DE MAYO/JUNIO

ESPECIAL DIRECTORIO DE COMPAÑÍAS AEREAS 2012

Todas las compañías aéreas que operan en España o representadas por GSA, con su datos actualizados.

No deje la oportunidad de aparecer en sus páginas y su imagen estará presente durante todo un año en la mesa de trabajo de empresas, hoteles, agentes de viajes y en nuestra web www.tatrevista.com en lugar privilegiado.

Reserva ya su espacio en:
directorio@tatrevista.com
o en el teléfono 91 726 1982



Abdul Rahim Haron, director de Turismo de Malasia para Francia, España y Portugal, entrevistamos en el stand de Malasia en la pasada edición de FITUR

Abdul Rahim, director de Turismo de Malasia para Francia, España y Portugal.



Abdul Rahim Haron, ha estado trabajando para el Turismo de Malasia durante casi 25 años, habiendo prestado sus servicios en la Oficina de Turismo de Malasia en Nueva York durante 6 años (2000-2006), luego fue trasladado a Manila (Filipinas), durante un año. Desde el año pasado dirige desde París la Oficina de Turismo de Malasia para Francia, España y Portugal. También ha estado 5 años trabajando en el Estado de Sabah, (perteneciente a la Malasia Oriental en la Isla de Borneo).

¿Qué espera de la presencia de Malasia en FITUR este año?

Bueno, en primer lugar esta es la primera vez que vengo a FITUR y naturalmente el objetivo es establecer a Malasia como destino para los españoles.

¿Qué número de turistas han visitado Malasia en 2011. ¿Qué países han sido los principales mercados emisores? En este contexto, ¿nos puede facilitar datos del mercado español?

Principalmente toda la zona del Pacífico. Singapur, por supuesto, cuyos viajeros además deben pasar por Malasia para ir a otros destinos como Las Filipinas pero también el resto de países vecinos: Brunei, la propia Filipinas, la India, Tailandia y China. También son relevantes los números de australianos, neozelandeses y británicos. En cuanto a otros europeos, ahora los rusos están viajando mucho a Malasia. Sin olvidar por supuesto a los mercados de Oriente Medio: iraníes, saudíes, y viajeros procedentes de Qatar y Emiratos Árabes. Con referencia a Europa, ahora el objetivo es establecer la Marca Malasia como destino con numerosas posibilidades: Turismo de cultural, gastronómico, de congresos y eventos, 'shopping', etc.

Puedo facilitarles los números de turistas del pasado 2011. Solamente han visitado Malasia de enero a junio de 8.000 españoles (no tenemos todavía las estadísticas completas del año pero se estima que el total será de 15 o 16 mil). En 2010 la cifra fue de 19.000, por lo que se prevé una ligera bajada. En mi opinión esto se debe principalmente a la ausencia de vuelo directo entre España y Malasia. Ahora las opciones son Madrid - París - Kuala Lumpur, o por ejemplo Madrid- Ámsterdam

con Iberia y Ámsterdam - Kuala Lumpur con Malaysian Airlines. También Madrid - Bangkok, Bangkok - Kuala Lumpur con Thai. En definitiva unas 15 horas de vuelo aproximadamente.

Para los españoles creo que sería adecuada la combinación de dos o tres destinos en la zona, por ejemplo, Tailandia y Malasia, o añadir también Singapur, les encantaría.

¿Qué turoperadores españoles programan Malasia?

La mayoría de los turoperadores programan Asia: Kuoni, Catai, uno de los más importantes, Politours...

¿Tienen ustedes prevista alguna campaña de marketing en nuestro país?

Bien, como ustedes saben no tenemos Oficina de Turismo en España y este asunto lo canaliza nuestra agencia de comunicación y publicidad, a través de la que hacemos nuestro 'networking' con los medios de comunicación y turoperadores para seguimiento, viajes de prensa y programación de paquetes. Por supuesto tenemos nuestra embajada en Madrid, desde la que nuestro embajador Dato Hankovan nos apoya con gran efectividad en la promoción de Malasia. Por otro lado tenemos pensado incidir en el marketing on line para alcanzar tanto al consumidor final como a medios y tour operadores, para mostrar lo mucho que Malasia tiene que ofrecer.

No cree que es importante una continuidad en la presencia de Malasia en los medios, más allá de eventos puntuales o asistencia a Ferias. ¿Qué opina?

Sí, tal vez hemos olvidado un poco que España es un mercado para nosotros, y nos concentramos demasiado en Francia, y ahora queremos reposicionar a Malasia como un destino que sin duda encantaría a los españoles



Stand de Malasia en Fitur 2012

¿Qué ofrece Malasia a los turistas españoles?

Estamos interesados en que el turista español descubra toda Malasia, por ejemplo el turismo de shopping, al que creo que son muy aficionados los españoles, ¿no es así? Opino además que hay una cierta semejanza entre los españoles y los malayos, a ambos pueblos les encanta la comida, los espectáculos, la diversión, la vida nocturna y practicar todo tipo de actividades, que están aseguradas.

Para este año tenemos grandes eventos: el Gran Premio de Formula 1 de Malasia, el 25 de marzo, (Malasia tiene equipo propio de F1 patrocinado por Petronas, la compañía petrolífera malaya) o el Festival 'Colors of Malaysia' unos carnavales, que empiezan el 26 de mayo. Son fiestas en la calle con un espectacular desfile de todos los grupos étnicos malayos con sus trajes, bailes, etc., al modo del Mardi Gras, (Nueva Orleans), o los famosos carnavales brasileños, así como multitud de eventos culturales

¿Que nos puede decir sobre las infraestructuras y e instalaciones para los empresarios y ejecutivos del sector Congresos?

Bueno, en lo que se refiere al sector MICE en España este es un mercado que Malasia tiene mucho que ofrecer. Hemos observado que por ejemplo en viajes de incentivos mucha gente se desplaza a Bangkok o Singapur. Pero Malasia lo tiene

todo, el Aeropuerto, los Centros de Convenciones y negocios, con las instalaciones necesarias y los hoteles están ahí. También se puede combinar con un tour por la ciudad o la asistencia a eventos culturales y otras muchas actividades en Kuala Lumpur. En cuanto a los precios son prácticamente los mismos. La gente dice que Malasia es un destino caro pero realmente no es así. Por el equivalente a 25 euros se puede disfrutar de una noche en un hotel de tres estrellas en el centro de la ciudad y uno de cinco puede costar menos de 70 euros/ noche. Realmente es un destino de lujo pero no es caro. Y hablando de otras posibilidades, un alojamiento en casas familiares supone sólo unos 5 euros por noche.

La gente dice que Malasia es un destino caro pero realmente no es así. Por el equivalente a 25 euros se puede disfrutar de una noche en un hotel de tres estrellas en el centro de la ciudad y uno de cinco puede costar menos de 70 euros/ noche. Realmente es un destino de lujo pero no es caro. Y hablando de otras posibilidades, un alojamiento en casas familiares supone sólo unos 5 euros por noche.

¿Nos puede hablar sobre las conexiones aéreas entre Europa y su país?

Si se vuela desde Madrid, Thai, Emirates, Qatar y Malaysian Airlines que vuela a Kuala Lumpur desde Ámsterdam, Paris, Fráncfort, Milán y Estambul.

Para finalizar, ¿hay algo que desee añadir para el mercado español?

Sí, en este sentido nos gustaría ver más paquetes con ofertas que incluyeran a Malasia como destino junto a Singapur, Tailandia, Filipinas, Vietnam... Kuala Lumpur está a sólo dos horas de Bangkok, por ejemplo. Decir también que Malasia es un destino de lujo pero asequible. ☺



Abdul Rahim, con Mafer, directora de TAT, durante la entrevista.

Travelplan 175 agentes de viaje visitan Tenerife de la mano de Travelplan, Air Europa y el Patronato de Turismo

* **El turoperador y la aerolínea del Grupo Globalia duplicarán la oferta de vuelos de cara al próximo verano**

175 agentes de viaje procedentes de toda la península han participado a primeros de marzo, en un *Fam Trip* organizado por **Travelplan**, Air Europa y el Patronato de Turismo de Tenerife.

Este viaje de familiarización, que se lleva celebrando desde hace tres años, se ha convertido ya en una importante herramienta promocional en el mercado peninsular. Los agentes conocieron de primera mano, algunos de los principales atractivos que ofrece la isla a través de un programa cuyo punto de salida ha sido Santa Cruz. El *trip* incluyó además algunos de los nuevos productos que el Patronato de Tenerife está desarrollando, como la ruta de los volcanes, en la que se realizará la original excursión denominada "Teide Mágico", que incluye una puesta de sol y una curiosa interpretación de estrellas.

Travelplan es el principal mayorista de turismo nacional en Tenerife y junto con la aerolínea del Grupo Globalia, Air Europa, consiguió transportar más de 178.600 pasajeros a la isla en 2011 con paquetes turísticos de avión más hotel, gracias a casi cuarenta vuelos semanales. De cara a este verano se han programado más de 80 vuelos de lunes a domingo desde toda España, con 35 enlaces desde Madrid, 15 desde Andalucía, 8 desde Barcelona y Bilbao, 5 desde Galicia y Asturias, 4 desde Castilla y León y Levante y 1 desde Zaragoza. 🌐



Playa de Tenerife.



Miguel Angel Garcia, director comercial de Travelplan, en su intervención en Tenerife durante el Fam Trip.



Estadísticas AAVV.com Login Único Febrero 2012

Durante el pasado mes de febrero, sus desarrollos Internet para el sector de Agencias de Viajes han registrado más de 64 millones de accesos (64.533.636 accesos), cerca de 900.000 visitas (892.370 visitas) y más de 15 millones de páginas visualizadas (15.629.381 páginas, sin contar las visualizaciones desde cachés). Estos datos incluyen las estadísticas de *Orbis Vending* (5.439.704 accesos, 93.698 visitas y 1.346.092 páginas <http://www.orbisv.com/stat/>), las estadísticas de los *Orbis Booking* hospedados en Pipeline Software (15.043.824 accesos, 270.921 visitas y 6.503.596 páginas) y las estadísticas de nuestros desarrollos sectoriales, incluyendo herramientas como **Login Único** y *Orbis Hoteles* (44.050.108 accesos, 527.751 visitas y 7.779.693 páginas <http://control.aavv.net/global/>).

En conjunto, realizaron 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 tiene otros servicios y herramientas Internet como *Orbis Hoteles*, *FlightScanner* y *TDC Mail*. En www.aavv.com pueden encontrar en todo momento una relación actualizada de sus principales desarrollos.

Login Único, entre otras prestaciones, ofrece acceso directo para estas agencias a 169 sistemas de reservas. La relación de estos sistemas está disponible en www.loginunico.com. Durante febrero se han realizado 375.972 accesos a estos sistemas de reservas a través del **Login Único**, adjuntamos desglose de estos accesos. 🌐

Falleció Matilde Torres, un baluarte del sector del turismo y una excelente empresaria

Matilde Torres, fundadora, directora general y en la actualidad presidenta de la mayorista de viajes Catai Tours, ha fallecido en Madrid a los 60 años de edad. Torres creó en 1981 Catai junto con otros tres emprendedores para especializarse en los viajes de larga distancia. En estos treinta años, la mayorista se ha posicionado como una referencia en el sector turístico e incluso en los peores años de la crisis ha conseguido mantener su negocio, ha sido reconocida con los máximos galardones turísticos de España, y se ha ganado el aprecio de quienes la conocieron.

Torres había recibido el premio "Empresaria del Año" que otorga la Asociación Empresarial de Madrid (ASEME). Además, la directiva de Catai fue nombrada "Prócer" en la XIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo. Torres había conseguido que Catai recibiese la Placa al Mérito Turístico otorgada por el Consejo de Ministros, al poco de celebrar el 30 aniversario de su mayorista..

Según la AEPT, se tuvo en cuenta "la contribución de Matilde Torres a la satisfacción de la variada oferta de viajes que hoy demanda la sociedad, cada día con mayor cultura viajera, mediante la especialización en la organización de viajes personalizados, así como su esfuerzo para lograr una mayor difusión de los servicios del sector turístico en sus vertientes cultural, de cercanía a la naturaleza y de individualización frente a la masificación".

Matilde Torres, también vicepresidenta de CEAVYT y miembro fundador de la Sociedad Geográfica Española. Nacida en Madrid el 14 de marzo de 1951, se graduó como técnico en Turismo por la Escuela Oficial de Turismo, por su licenciatura en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y con un Master en Administración de Empresas.

Durante su carrera, **Matilde Torres** también recibió el 'Premio Mujer Empresaria' concedido por ASEME (2002); la Medalla del Turismo de Cataluña (2003) o el Premio GEBTA al 'Personaje Turístico del Año'



Matilde Torres.

(2001). Uno de los últimos premios que recibió fue el de Hermestur, otorgado por la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) e Intermundial, un galardón que reconoce "los valores de eficacia en la gestión, transparencia, ética y calidad humana".

TAT Revista y Boletintat.com damos nuestro más sentido pésame a toda su familia por esta pérdida tan irreparable y a todo su equipo de colaboradores. ☹



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** pincha en la casilla de suscripciones

Todos los boletines publicados están disponibles en la web **www.tatrevista.com**

EXTREMADURA

Presenta el "Parque Temático Natural Alqueva"

* *Se trata de una iniciativa pionera en España que pondrá en valor todos los recursos turísticos, naturales y culturales del territorio que rodea al Gran Lago de Alqueva*

La **Consejería de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Turismo** presentó en Olivenza el proyecto "Parque Temático Natural Alqueva", iniciativa

que pretende convertir a todo el territorio, las empresas y los municipios de la zona en una única propuesta turística que fomentará el desarrollo equilibrado y sostenible del entorno.

Según ha destacado el Consejero, Víctor Del Moral, se trata de un "proyecto ambicioso que va a permitir aglutinar toda la oferta turística dentro de una propuesta de ocio atractiva para las familias". Para Del Moral, las atracciones de este parque "no son como las que todos conocemos, sino que van a ser las empresas y sus recursos turísticos" en torno a los tres grandes ejes en los que se va a desarrollar la iniciativa, "la naturaleza, el agua, y la cultura".

Dentro de la propuesta, se apostará por el fomento de los recursos propios de una zona donde actualmente se pueden realizar actividades culturales, gastronómicas y acuáticas, otras relacionadas con la observación de la ganadería brava e, incluso, agroturismo, y que además cuenta con una gran variedad de fiestas y eventos que serán enmarcados dentro de una misma marca. ☺



SERGAL ESPAÑA

La Agencia de comunicación pionera en España para el sector turístico y aviación cumple 25 años

* *Establecida en 1987 en Barcelona, ha introducido en España el concepto de Agencia especializada para el sector*

Sergat España, Agencia de Comunicación especializada en el sector turístico y de aviación, fundada en 1987 en Barcelona por Marc Meister (Berna, 1958) y Fina Estalella (Barcelona, 1960) celebra este año 2012 su 25 aniversario. **Sergat**, como Agencia pionera y referente en este sector en España, presta sus servicios a compañías y entes turísticos de primer orden a nivel global como por ejemplo Líneas Aéreas, Ministerios de Turismo/ entes turísticos, al sector Hotelero y a otros proveedores turísticos privados.

Cuando sus fundadores crearon **Sergat**, el concepto de una Agencia de Comunicación especializada en el sector turístico y de aviación era una novedad para España. Hoy, 25 años más tarde, la actividad de Agencia especializada como la viene desarrollando **Sergat** no sólo se ha consagrado en España y en todo el mundo, sino que es una pieza clave e imprescindible en la comunicación de las empresas del sector con su entorno.

En su trayectoria, **Sergat** ha prestado y presta sus servicios a muchas de las primerísimas marcas a nivel mundial en la industria de la aviación comercial, en el sector turístico y en la Hostelería internacional. Comenta Marc Meister von Graffenried, creador y Director



General de **Sergat**: "Es un enorme privilegio y un desafío tener la oportunidad de trabajar con éxito durante un cuarto de siglo para algunas de las más destacadas marcas en el ámbito internacional".

Sergat ha podido sumar importantes hitos y logros, ha sido la primera Agencia de comunicación especializada en ser admitida como socio afiliado de la Organización Mundial de Turismo (UN World Tourism Organization) y cuenta con una red de Agencias afiliadas independientes y de primer orden en países de la UE y en otras zonas. ☺

Andorra un mundo de contrastes

Entrevista con Betin Budzaku, gerente de Andorra Turismo

Andorra, destino de nieve por excelencia, pone en marcha una nueva campaña promocional destinada a incrementar el número de pernoctaciones y el número de turistas



Andorra ha sido siempre conocida como destino turístico de actividades deportivas vinculadas a la nieve y como paraíso para las compras. ¿Van a potenciar otros segmentos del turismo?

Andorra, destino de nieve preferente, pone en marcha una nueva campaña promocional destinada a incrementar el número de pernoctaciones y el volumen de turistas durante la temporada de invierno. Bajo el lema "Just Married", el país ha iniciado una novedosa estrategia centrada exclusivamente en el producto. La nueva campaña lanzada al mismo tiempo en España, Francia y Portugal, se lanzará también en nuevos mercados como Rusia, Reino Unido, Bélgica, Irlanda y Polonia.

Con la llegada del clima más templado, desaparece el manto blanco, se activan todas las opciones para disfrutar del turismo activo, la naturaleza y la montaña (bicicleta de montaña, senderismo y demás propuestas) lo que convierte a Andorra en un mundo de contrastes. Se celebrará el 7º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña en La Massana el 11 y 12 de abril, coorganizado por el Gobierno del Principado y la OMT, que en esta edición estará centrado en redes sociales, nuevas tecnologías y estrategia de marketing. La posibilidad de admirar el país desde las cumbres más altas es la oportunidad ofrecida a los corredores que participaran en la cuarta edición de la Andorra Ultra Trail Vallnord, una de las pruebas de mayor prestigio en su categoría, del 5 al 6 de julio.

Por último, Andorra vuelve a recibir la competición reina del ciclismo español: la Vuelta a España 2012, el 25 de agosto. Los ciclistas participantes recorrerán los bellísimos paisajes andorranos y realizando un descenso inédito, la Collana de la Gallina, en la que será la meta de la 8ª etapa.

¿Qué porcentaje del PIB supone el turismo?

Aproximadamente, el 30%.

¿Cuántos turistas han recibido en 2011?

Durante 2011, el Principado recibió alrededor de 9 millones de visitantes de los que pernoctaron un 70 %. Análogo porcentaje son turistas, principalmente, españoles y franceses, aunque también proceden del Reino Unido y otros países centroeuropeos. Se inicia un incremento de los viajeros procedentes de Rusia.

Después de la reciente inauguración del Centro de Congresos polivalente, en la capital Andorra la Vella, ¿van a promocionar su sede para atraer un mayor número de eventos?

Situado en el centro neurálgico de la capital, está rodeado de una oferta hotelera con más de 5.200 plazas y un centenar de restaurantes, lo que representa una sede excelente para la celebración de congresos, convenciones, conferencias y todo tipo de encuentros. A través de Andorra Convention Bureau, el Centro de Congresos se promociona, principalmente, entre los OPCs de Barcelona, Madrid y otras poblaciones.

**José Antonio
Fernández Cuesta**



Fitur 2012

Se cerró con menos espacio pero mayor actividad

Los expositores ratifican que ha sido la mejor edición en los últimos años

En la coyuntura actual, es difícil que organización, expositores e invitados profesionales se muestren unánimes en una valoración positiva de FITUR por el aumento de los contactos comerciales y número de visitantes. Con un 2% más de visitantes profesionales, reafirmando en boca de la industria como el uso cada vez mayor de las nuevas tecnologías y las redes sociales, la apertura hacia el segmento LGBT y el creciente peso de los mercados emergentes y la diversificación.

FITUR que se celebró del 19 al 23 de enero pasado, contó con 10.500 expositores y asistieron unos 200.000 visitantes. La mayor presencia de expositores empresariales, un 2% más, y la pretensión de fortalecer el negocio, han sido valorado positivamente por los asistentes.



Según Isabel Borrego, la nueva secretaria de Estado de Turismo, esta trigésima primera edición, ha servido para que todos los sectores constataran una mayor confianza en la Feria, como han manifestado algunos expositores que han regresado después de algún año ausentes como Amadeus España que han superado los encuentros profesionales del 2008 por encima del 35% o Iberia que registró 100 visitas más al día en su stand, según informó la propia aerolínea.

En FiiTUR 2012 aumentaron su presencia Cuba y Venezuela. Entretanto, Mexico –que presentó el programa Mundo Maya– recibió el premio al mejor producto turístico con la Ruta de los Conventos de Morelos, mientras el stand de la Autoridad de Turismo de Panamá se quedó con uno de los galardones que entrega la Feria cada año a los espacios expositivos que resaltan por su creatividad y diseño. También fueron reconocidos los stands de Costa Rica y Honduras.

Se estima que unos 45 millones de seguidores de todo el mundo han estado acompañando en las redes sociales las jornadas de FITUR, con un intercambio de más de 50 mil mensajes a través de Facebook y Twitter, junto a otras aplicaciones de la web 2.0

Con casi 30 mil seguidores, Fitur se ha posicionado como la primera feria de turismo del mundo en a web 2.0. Al comentar sobre las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales. Ana Larrañaga afirmó que “la evolución es imparable y va a requerir que dispongamos de más herramientas y que tengamos que saber manejarlas optimizando sus potencialidades para el objetivo que se: profesional, de comunicación y de promoción”.

Los profesionales han acudido a la Feria con unos objetivos muy claros, una agenda marcada y dispuestos a obtener el máximo partido a su visita. Durante el fin de semana reservado al público en general, las empresas presentes en el certamen trataron de conquistar al consumidor final con importantes descuentos y ofertas.

José Antonio Fernández Cuesta

Presentaciones y actividades celebradas en FITUR 2012, las encontrará en nuestro número en Internet: www.tatrevista.com desde la página 59 a la 66



¡MADRID!
Una ciudad para comérsela

- * *Más de 300 establecimientos participaron en la III edición del Gastrofestival, que invitó a disfrutar de la gastronomía a través de la alta cocina, el arte, el cine, el teatro o la moda*
- * *Los principales museos como el Thyssen-Bornemisza, galerías de arte e instituciones culturales se han sumado a esta gran fiesta de los sentidos*

Madrid sacó a la calle su lado más apetitoso. A través de las propuestas de la *III edición del Gastrofestival*, que inauguró el vicealcalde de Madrid y presidente de Madrid Visitors & Convention Bureau, Miguel



Uno de los stand que Villanueva inauguró, en el museo Thyssen-Bornemisza. El Gastrofestival 2012, fue una cita de Madrid con la gastronomía

Ángel Villanueva. El acto tuvo lugar en el museo Thyssen-Bornemisza, una de las grandes instituciones culturales que participaron en este festival gastronómico, organizado por el Ayuntamiento de la capital junto a Madrid Fusión.

Rutas gastronómicas

Otro de los platos fuertes fue *Experiencias Sensoriales*, con una amplia carta de catas, degustaciones y rutas gastronómicas. En este apartado participó el Mercado de San Miguel y el Mercado de San Antón, dos nuevos referentes gastronómicos, que organizaron actividades para dar a conocer sus servicios y productos.

Durante dos semanas, madrileños y visitantes participaron en alguna de las infinitas propuestas del *Gastrofestival 2012*, una fiesta de los sentidos en la que se disfrutó de la gastronomía a través de la alta cocina, el arte, el cine, el teatro o la moda. Más de 300 establecimientos e instituciones elaboraron un completo programa compuesto por seis grandes categorías: Experiencias Sensoriales, Gastrocultura, Madrid Gastronómico, Gastro-fashion, Gastrosalud y Enocultura.

La Gastronomía se concibe también como cultura y tiene una clara relación con otros ámbitos como la pintura, el teatro, el séptimo arte o la literatura. Gastrocultura pretende reflejar esta vinculación con muestras especiales organizadas por alrededor de una veintena de galerías y con exposiciones, conferencias, rutas guiadas y talleres organizados por los museos e instituciones más importantes de la capital. ☉



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

Portugal 

España lidera el ranking de países que más huéspedes aportaron en 2011

* *Los españoles se sitúan también entre los turistas que más ingresos dejaron a la economía lusa en materia hotelera*

España se consolida en el ranking de la hostelería portuguesa como uno de los tres países que más pernoctaciones, ingresos y huéspedes aportaron al país vecino durante 2011. De este modo, el turismo español se posiciona como uno de los mercados clave junto a otros países como Alemania y Reino Unido según los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística de Portugal.

Así, en cuanto al número de huéspedes, España es el primer país emisor para Portugal con un total de 1.385.817 lo que significa un 18,6% de cuota y un 0,7% de incremento respecto a 2010. Con estos datos, España supera a Reino Unido y Alemania, segunda y tercera respectivamente en esta clasificación.

España ha sido el segundo país que más pernoctaciones ha realizado este 2011 con un total de 3.468.160 una cuota del 13,3%. El Reino Unido con 6.286.442 de pernoctaciones se sitúa en primer lugar, mientras que Alemania completa el pódium en tercer lugar, después de España, con un 82,37% menos.

Los ingresos del turismo español en establecimientos hoteleros en 2011 han significado un total de 1.123,676 millones de euros para Portugal, en torno a un 1% más que en 2010. Estos datos sitúan a España en el tercer puesto sólo por detrás de Francia, segunda con 1.446,336 millones de euros, y Reino Unido, primera con 1.462,354 millones. ●

ATOUT FRANCE 

Presenta sus novedades para 2012

La agencia de desarrollo turístico de Francia, **Atout France**, presentó sus novedades y eventos para este año entre las que se incluyen el 60º Aniversario de la Feria taurina de Nîmes, el 30º Aniversario de la Asociación de los Pueblos más bellos de Francia, el 10º aniversario del parque temático Vulcania y las nuevas conexiones aéreas hacia Francia.

El evento *Mediatour Francia 2012*, en su sexta edición, fue organizado en las ciudades de Barcelona, Madrid y por vez primera, Sevilla. Casi 120 periodistas y profesionales de los medios tuvieron la ocasión de conocer los eventos y novedades que presentaron los destinos franceses (Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, Marsella, etc.) así como las compañías de transporte presentes, entre ellas Air France y Rail Europe.

La conferencia de prensa de Madrid tuvo lugar en la Residencia de Francia y durante el acto Jean-Claude Nolla (Ministro Consejero de la Embajada) hizo entrega de la Medalla de Turismo a dos profesionales del sector turístico, Jaime-Axel Ruiz, Director de Turespaña encargado de la promoción en el extranjero del turismo cultural en España, y María-José Romero, responsable de publicidad y ediciones en **Atout France**. Con esta operación, Francia inicia sus acciones 2012 hacia los profesionales del sector turístico.

Tras este encuentro con la prensa, **Atout France** ha realizado ya su *Roadshow Francia* que durante los días 8 y 9 de febrero para que más de 80 agencias de viajes y tour-operadores en Barcelona y más de 50 en Madrid conozcan la oferta turística de 38 y 32 socios franceses respectivamente entre los cuales figuran los destinos tradicionales de Languedoc-Roussillon pero también algunos como Bretaña, Champagne-Ardenne, Normandía y Provenza que no participaban desde hacía varios años en la feria de Fitur.

Respecto al año 2011 (cifras definitivas aún no disponibles) los primeros resultados en términos de pernoctaciones en Francia arrojan un descenso del 3,2%.

En lo que se refiere al mercado español, éste apunta una disminución de tan solo el 2%, a pesar de la crisis económica. España mantiene así su sexta posición como mercado emisor por detrás de Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Bélgica e Italia. ●



Presentación en Madrid del evento y los premiados por el Turismo de Francia.





Joaquín Castillo Dolagaray, nuevo director general de Turismo de la Comunidad de Madrid

A mediados de marzo ha sido nombrado director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín Castillo Dolagaray. Licenciado en Derecho y en Ciencias Económicas y Empresariales, su vida profesional se inicia en 1983 en Manufacturers Hannover Trust con el cargo de Deputy Representative en Madrid, para ocupar después los puestos de gerente en el Club de Golf Santa Pon,ca (Mallorca) y en el Adesport y Gsgolf hasta 1997, año en que pasa a Viajes El Corte Inglés como director de Eventos Deportivos dentro de la Dirección Comercial. Desde 2002 hasta su reciente nombramiento, ha desempeñado el cargo de gerente del Club de Campo Villa de Madrid. ☺



Joaquín Castillo Dolagaray, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid



La Ruta del Vino Ribera del Duero recibió 90.000 visitantes en 2011

Con más de 90.000 visitantes en el 2011, se trata de una de las Rutas del Vino con mayor afluencia turística. Este año 2012 se prevé incrementar el número de visitas gracias a las múltiples novedades, nuevas propuestas y recorridos.

Sus más de 21.000 hectáreas de viñedo y más de 250 bodegas contribuyen a que los amantes del vino puedan disfrutar de estar en una de las cunas de los mejores reservas del mundo.

Esta valiosa oferta enoturística también es combinada con otras propuestas de ocio de calidad pensadas para que grandes y pequeños puedan pasar momentos inolvidables en estas tierras cargadas de historia. Degustaciones gastronómicas, tratamientos de vinoterapia, SPA, visitas culturales o históricas como la Ruta de los Castillos, senderismo, paseos a caballo o piragüismo son sólo algunas de las diversas opciones que se ofrecen.

La Ruta del Vino Ribera del Duero fue creada en el 2006 por diversos Ayuntamientos y asociaciones y actualmente está firmada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen (CRDO), 39 bodegas, 19 alojamientos, 22 restaurantes, 10 enotecas y comercios especializados, 6 centros de interpretación vinculadas al vino y 26 servicios de ocio complementario.

Situada en el corazón de la península ibérica, abarca las provincias de Burgos, Segovia, Soria y Valladolid. ☺



La OET de Dublín premiada como "Mejor Oficina de Turismo Nacional"

- * *Obtuvo cinco premios en 2011*
- * *Lanzarote obtuvo el premio al mejor destino de Sol de invierno*

La Oficina Española de Turismo en Dublín (OET), cuyo director es Gonzalo Ceballos Watling, ha recibido cinco premios en el año 2011, entre ellos el de "Mejor Oficina de Turismo Nacional", al tiempo que el mercado irlandés ha experimentado un incremento del 8,8% respecto al 2010, en el número de llegadas de turistas a España, y del 3,9% en el gasto efectuado por los irlandeses.

España competía con Chipre, Irlanda, Nueva York y Portugal en el premio en la Categoría de *Mejor Oficina de Turismo Nacional* con establecimiento en Irlanda (Best Tourist Board with an Irish Office).

También Lanzarote obtuvo el premio al mejor destino de Sol de invierno, compitiendo con Dubai, Florida, Gran Canaria y Tenerife.

El incremento de los turistas irlandeses fue del 8,8%

Entre las principales cifras turísticas correspondientes al mercado irlandés en 2011, destaca un balance positivo con 1,3 millones de turistas, un incremento del 8,8% respecto al 2010, y un crecimiento del 3,9% del gasto de los irlandeses que visitaron España en dicho año.

En un mercado cuyos viajes al extranjero sigue disminuyendo, dichas cifras suponen, además del incremento en la cuota de mercado, la constatación de la singular relación con España, al que habrá viajado el equivalente al 28% de la población censada. ☺



ITB'2012

La feria líder de la industria turística constata la recuperación de la actividad en una edición caracterizada por el incremento de visitantes y operaciones comerciales

Egipto, país invitado de honor en esta edición ha recibido el apoyo explícito de la comunidad turística internacional

Terminada ya la 46ª edición de ITB, que tuvo lugar del 7 al 11 de marzo, las señales percibidas en la feria alemana son muy positivas. El volumen de negocio ha sobrepasado de nuevo los 6.000 millones de euros en transacciones. El número de visitantes profesionales durante los 3 días dedicados a ellos ha aumentado en 2.200 personas, para un total de 113.006 profesionales de los que casi el 40% eran de fuera de Alemania. Más de 7.000 periodistas acreditados de 94 países han cubierto la variada oferta de productos y destinos que ofrecían en 26 pabellones los 10.644 expositores procedentes de 187 países. En cuanto al público, el fin de semana se acercaron más de 59.000 visitantes a informarse sobre las novedades vacacionales. Ello confirma a la feria como el evento de referencia para la industria turística a nivel global.

Congreso ITB y nuevas tendencias

Las ponencias discutidas este año en este prestigioso foro han tenido tam-

bién gran resonancia, y confirman la posición de la feria como plataforma clave en la discusión de los problemas de la industria del viaje a nivel global, con más de 17.000 asistentes y 200 expertos y grandes empresarios intercambiando sus puntos de vista sobre las nuevas tendencias en el turismo. Destacaron las ponencias dedicadas a las tecnologías basadas en los 'smart phones' y las estrategias sobre sostenibilidad en el sector, con discusiones sobre el turismo accesible, la sobreexplotación de los recursos, los sellos de calidad medioambiental, los derechos humanos, etc. en el marco de los 'ITB Destination Days', el 'MICE Day' o el 'ITB Mobility Day'. Otros aspectos relevantes a los que se ha prestado especial atención este año en ITB han sido el fenómeno de los 'blogs', o el segmento Travel Technology con nada menos que 236 expositores en cuatro pabellones mostrando sus nuevos productos e interesantes y novedosas aplicaciones de viajes.



Egipto

Este año Egipto se presentaba en la feria como país invitado de honor mostrando su firme propósito de retomar la actividad turística después del derrocamiento del régimen anterior. El ministro Mounir Fahkry Abd el Tour se manifestó satisfecho por la solidaridad recibida en ITB, declarando su impresión positiva sobre el cada vez mayor dinamismo de la feria alemana.

Como de costumbre ITB ha sido un encuentro internacional para políticos y representantes diplomáticos, recibiendo a 64 delegaciones extranjeras, 76 embajadores, 43 ministros y un amplio número de secretarios de Estado. **La próxima edición** se celebrará del **6 al 10 de marzo 2013** y tendrá como país invitado de honor a Indonesia. ☉

Miguel Montes





Nuevo ministro de turismo y estrategia para 2012

* *El nuevo Gabinete de Turismo del país se reafirma en su afán por dar más protagonismo al turismo cultural e histórico*

Elyes Fakhfakh, es el nuevo Ministro de Turismo de Túnez. Ingeniero de profesión, tiene una amplia experiencia internacional en los principales grupos turísticos locales e internacionales.

El Ministro electo quiere, durante los primeros meses de su mandato, mostrar al sector turístico mundial las novedades y estrategias de su Gabinete para el 2012, un periodo que Túnez afronta con ilusión tras las elecciones democráticas del pasado mes de Octubre a pesar de la crisis del año anterior.

En este sentido, Elyes Fakhfakh ha avanzado una política de mayor calidad en los destinos turísticos del país, potenciando las regiones del sur así como los elementos de identidad tunecinos: la gastronomía, el legado cultural e histórico y la oferta wellness en la que la talasoterapia tendrá un lugar preferente.

Durante su carrera profesional, en el que ha pasado por la empresa privada a nivel nacional e internacional, Fakhfakh ha centrado sus funciones en cuestiones de modernización, reestructuración y marketing. Tras la Revolución del Jazmín, el nuevo Ministro de Turismo de Túnez se unió a Ettakatol en su afán por ayudar al país en este nuevo proceso democrático tan esperanzador para el pueblo tunecino.

Fakhfakh ha manifestado la necesidad de "recuperar la con-



fianza dentro de nuestras fronteras, luchar contra el desempleo y las disparidades regionales. En el exterior tenemos que cumplir de manera transparente. Túnez sigue siendo moderna y abierta a todos los visitantes como siempre lo ha sido".

"El sector se enfrenta a una serie de problemas estructurales. Sabemos que nuestro país tiene un fuerte potencial turístico heredado de los años 60. Este potencial hay que modernizarlo, para ser más ambicioso en un sector cada vez más competitivo, ha explicado el Ministro tunecino. "Estamos a tiempo, y somos muy conscientes de que la temporada 2012 será un nuevo desafío de cara a devolver la confianza al turista y a las empresas internacionales", ha subrayado Fakhfakh. ●



33ª Edición

El Bilbao Exhibition Centre organiza del 10 al 13 de mayo de 2012 la 33ª edición de **Expovacaciones**, la mayor cita turística del Norte de España.

Expovacaciones es una referencia, tanto para el público vasco, como de las Comunidades limítrofes; dado que permite planificar las vacaciones, especialmente las de verano, con información privilegiada, la que solo pueden facilitar los profesionales del turismo que viven en los lugares que promocionan.

Son estos motivos "experiencia, capacidad de convocatoria y perfil del público objetivo" los que convierten a **Expovacaciones 2012** en el mejor marco, para promocionar el "Destino Vacacional", aspecto importante, ya que ahora más que nunca, las empresas necesitan presentar sus acciones promocionales. ●



Salón Nacional de Turismo y Tiempo Libre (Torres Pacheco)

La XXI edición de **Turismur – Salón Nacional de Turismo y Tiempo Libre**, se celebrará del 27 al 29 de Abril de 2012, en Torres Pacheco (Murcia).

El **Salón del Turismo** concentra toda la oferta de los recursos turísticos de la Región de Murcia, junto a numerosos productos y destinos turísticos presentados por distintas Comunidades Autónomas, Patronatos Provinciales de Turismo y empresas del sector privado.

El Salón complementa este certamen con la presencia de empresas Náuticas, Casas Prefabricadas, Piscinas, Ocio y Aventura, etc. ●

MANUEL BUTLER

Nuevo director de Turespaña

➔ **Butler**, cuenta con una dilatada experiencia en la Administración turística española, ya que ha sido director de la Oficina Española de Turismo (OET) en Alemania y en el ámbito de Colombia, Venezuela, República Dominicana y Sudeste de EE.UU, así como subdirector general de Relaciones con las Oficinas Españolas de Turismo. Además, fue consejero de Turismo de la Embajada de España en Londres entre 1999 y 2004.

➔ **Manuel Butler** fue secretario técnico del Consejo Español de Turismo, Conestur, participó en la elaboración del Plan de Turismo "Horizonte 2020", y ha sido consejero de Turismo en la Embajada de España en Berlín. En el sector privado ocupó el cargo de director general comercial



de marketing de la cadena Hoteles HUSA (2004-2006).
 ➔ Doctor Ingeniero Naval por la Universidad Politécnica de Madrid, es autor de varios libros sobre la industria del crucero, y forma parte de los Cuerpos Superiores de Administradores Civiles del Estado y de Tecnologías y Sistemas de la Información. ☺

ÁNGELES ALARCÓ

Nueva Presidenta- Consejera Delegada de Paradores de Turismo de España

➔ Licenciada en Filología Francesa por la Université Catholique de Paris y MBA por el Instituto de Empresa, comenzó su carrera profesional en el sector privado donde ocupó cargos de responsabilidad en grandes empresas, como Coca Cola de España.

➔ **Alarcó** inició su labor profesional en el sector turístico en 2007, fecha en la que fue designada presidenta ejecutiva y consejera delegada de Turismo Madrid (empresa de promoción turística de la Comunidad de Madrid), en la que ha contribuido a mejorar la imagen internacional de la



Comunidad de Madrid.
 ➔ En diciembre de 2010 asumió el cargo de Directora General de Turismo de la Comunidad de Madrid, compaginándolo con sus cargos anteriormente mencionados en Turismo Madrid, así como con el de Vicepresidenta del Madrid Convention Bureau y Presidenta del Cluster de Turismo de Madrid. ☺

JOSÉ ÁNGEL RIVERO

Nuevo consejero delegado de Madrid Espacios y Congresos

➔ **José Ángel Rivero** es el nuevo consejero delegado de Madrid Espacios y Congresos, la empresa gestora del Palacio Municipal de Congresos, la Caja Mágica y el Recinto Ferial de la Casa de Campo.

➔ Profesor titular y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, **José Ángel Rivero**, es bilingüe y cuenta con una dilatada experiencia profesional. Desde marzo de 2010 hasta ahora desempeñó el cargo de gerente de la Empresa Municipal de Transportes (EMT), de la que fue su director Económico, Financiero y de Planificación, desde el año 2007.



➔ Ha ocupado otros cargos como el de gerente general de la Fundación Universidad Rey Juan Carlos de Madrid desde 2004, consultor del Banco Mundial desde 2002, vocal del Tribunal de Técnicos de Administración Civil de la Comunidad de Madrid y auditor en Deloitte & Touch Ross International. ☺

ADOLFO MATÉ PÉREZ

Nuevo Presidente de AEDAVE Castilla y León

➔ **Adolfo Maté**, es Licenciado en Derecho por la Universidad de Valladolid y MBA por el I. E. de Formación.

➔ Ha desarrollado su carrera profesional durante los últimos 18 años en

puestos directivos de los sectores Editorial (Wolters Kluwer España y Pons Editorial), Nuevas Tecnologías (iustel.com) y Distribución Siderúrgica (Grupo Ros Casares), en las áreas de Comercial, Marketing y de Administración, antes de hacerse cargo de la Dirección General de Eurovia Travel en el Sector Turístico.

➔ **Adolfo Maté Pérez**, sustituye de M^a Cruz Pérez Valdivielso, quien ha renunciado después de 16 años de dedicación al cargo y a la Entidad. ☺

JORDI PORCEL

Nuevo director del Área de Ventas de Vueling

➔ **Jordi Porcel**, nuevo director de ventas de Vueling formando parte también del Comité de Dirección de la compañía aérea.

➔ Su experiencia en el sector de la aviación se remonta a 1988 cuando ya en British Airways desarrolló funciones operacionales y de atención al cliente en el Aeropuerto de Barcelona. Responsable



RAMÓN BIARNÉS

Nombrado director comercial de CWT España

➔ **Ramón Biarnés** se incorporó a CWT España en enero de 2010 como director de Relaciones con los Proveedores. Forma parte del Comité Ejecutivo de CWT España.

➔ Posee una titulación en Ventas por el MCA Brussels Institute y un MBA en Ventas y Marketing por el TC Private Institute de New Rochelle, Nueva York. Inició su carrera profesional en



Finnair, en donde gestionó conjuntamente las oficinas de ventas de Helsinki y Nueva York. En 2000 se incorporó a Spanair como director de Ventas para España y Portugal. En 2005 paso a Europcar Internacional para asumir, desde París, la dirección de Ventas Globales y posteriormente fue nombrado director general Comercial para España. ●



ROSA PARZENCZWESKI GUTIÉRREZ

Nombrada nuevo Delegado Comercial para Madrid y centro de España de Airberlin

➔ **Rosa Parzenczweski Gutiérrez** ha sido designada para el nuevo cargo de Delegado Comercial para Madrid y Centro de España de airberlin.

➔ Antes de su incorporación

a airberlin, **Rosa Parzenczweski Gutiérrez**, era Key Account Manager para Royal Air Maroc con responsabilidad para el mercado Corporativo a nivel nacional. **Parzenczweski** dispone de una amplia experiencia en el sector aéreo tras haber trabajado también con otras aerolíneas como British Airways y American Airlines. ●

de la integración de los equipos de ventas de British Airways en Iberia en España, Chile y Argentina, tras la fusión de ambas compañías.

➔ **Jordi Porcel**, como representante de British Airways, ha sido hasta su nombramiento, miembro permanente de la Cámara de Comercio Británica en España y Portugal, Miembro de la APJC (Grupo permanente de trabajo que incluye a representantes de compañías áreas y agencias de viajes de España) y Secretario General de la Asociación de Líneas Áreas de España (ALA). ●



JULIO GÓMEZ-POMAR

Nuevo presidente de Renfe

➔ El Ministerio de Fomento ha nombrado presidente de Renfe a **Julio Gómez-Pomar**, y ha designado presidente de Adif a **Enrique Verdeguer**, según informó este Departamento.

➔ **Julio Gómez-Pomar**, doctor en Ciencias Económicas, fue secretario de Estado de la Administración Pública entre 2000 y 2004, y anteriormente director del Insalud. En los últimos años ha ejercido como profesor del IE Business School y director del centro de innovación del sector público de PricewaterhouseCoopers e IE Business School.

➔ Como presidente de Renfe, **Julio Gómez-Pomar** deberá atender, entre otros retos, al avance de la liberalización e introducción de competencia en el sector del sector ferroviario, al proceso de internacionalización que ha iniciado la operadora y al objetivo de lograr rentabilidad con el negocio que realiza en España.

ENRIQUE VERDEGUER

➔ **Enrique Verdeguer**, el nuevo presidente de Adif ocupaba hasta ahora el puesto de conseller de Economía, Industria y Comercio de la Generalitat Valenciana y previamente desempeñó un puesto directivo en el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

➔ Licenciado en Económicas y técnico Comercial y economista del Estado, cuenta con un máster en Desarrollo Económico por la Universidad de Oxford.

➔ En la presidencia de Adif, **Verdeguer** deberá gestionar la construcción de las líneas de Alta Velocidad (AVE) actualmente proyectadas ante las actuales restricciones presupuestarias. ●



TURIS'EM

congresos/convenciones/incentivos/hoteles

HUSA
HOTELES



Fusión del Husa Princesa y Moncloa

Continúan los recortes en la oferta hotelera como consecuencia directa de la crisis. La cadena Husa ha renunciado a tener dos hote-

les en la misma manzana de la calle Princesa con Serrano Jover en Madrid y ha anunciado la fusión del **Hotel Husa Princesa** con el **Husa Moncloa** en un solo establecimiento.

La cadena ha llevado a cabo una remodelación para unificar los dos en un solo hotel de cuatro estrellas superior, que se llamará **Husa Princesa** y contará con 423 habitaciones y 13 salas de reuniones. Con esta remodelación según ha afirmado su directora, Carolina Durán que operaba como tal en el hotel Paseo del Arte de la misma cadena en el paseo del Prado, sigue apostando por la competitividad y por su posicionamiento, acometiendo nuevos proyectos en Madrid y ofreciendo la máxima calidad a sus clientes. ●



Hotel Husa Princesa (vista del Edificio)

HILTON
WORLDWIDE

Inaugurará 500 nuevos restaurantes en todo el mundo en los próximos tres años

* *La previsión es abrir 100 nuevos restaurantes en Europa*

Hilton Worldwide ha anunciado que, en tres años, tiene previsto gestionar 500 nuevos restaurantes, de los cuales más de 100 se abrirán en Europa. Para apoyar este objetivo, **Hilton Worldwide** lanza un nuevo concepto a través de la página web www.hiltonrestaurantconcepts.com, cuya finalidad es facilitar la asociación con reconocidos restauradores locales para introducir sus propuestas en la oferta gastronómica de la compañía. Actualmente **Hilton Worldwide** gestiona más de 225 hoteles en Europa, todos ellos con servicios de restauración.

Desde su puesta en funcionamiento, cerca de 900 propietarios de hotel se han registrado en la página web para identificar nuevas propuestas para sus restaurantes, generando 700 visitas de 44 países. De entre los éxitos alcanzados destacan la asociación de Washington Hilton con una de las primeras incursiones de la marca The Coffee Bean & Tea Leaf® en la Costa Este de los Estados Unidos y el desarrollo del novedoso y galardonado concepto gastronómico "Härth" de Hilton McLean Tyson Corner's. www.hiltonrestaurantconcepts.com también estará disponible para los profesionales europeos y contará con la contribución de socios de renombre en el continente. La previsión es ofrecer a los propietarios de los hoteles unas 50 propuestas de asociación en el ámbito de la restauración hasta finales de 2012. ●

Hilton
Garden Inn
Colorado Springs Airport

Desembarca en Sevilla bajo el sello español de Proffetional

* *La cadena internacional Hilton ha designado a Proffetional como empresa de interiorismo y project manager de su primer hotel Garden Inn en España.*

De la mano de la consultora PHGR, **Proffetional**, empresa especializada en proyectos de interiorismo y equipamientos para hoteles ha sido elegida como project manager del primer hotel **Hilton Garden Inn** en España. El nuevo hotel, de cuatro estrellas, está situado en Sevilla y abrirá sus puertas en junio de 2012.

Para la ejecución de este proyecto, la firma española *Proffetional* cuenta

con un presupuesto de 1.800.000 euros destinados a la ejecución total de 142 habitaciones y todas las zonas comunes que engloban 7 salas de reuniones, gimnasio, centro de negocios y una amplia terraza con piscina en un entorno privilegiado, perfecto para la organización de eventos. ●





Reabre sus puertas en marzo en Sevilla

- * *La fecha coincide con el 84 aniversario de la apertura del Hotel*
- * *El Hotel organizará Jornadas de Puertas Abiertas, visitas guiadas, y eventos entre marzo y mayo para celebrar su reapertura*

El Hotel Alfonso XIII, cerrado para realizar una profunda reforma desde el pasado 31 de mayo, ha reabierto sus puertas el 13 de marzo.

Carlo Suffredini, Director del Hotel Alfonso XIII, ha indicado que la reforma supone "una mejora completa de su servicio, sus instalaciones y su oferta", que situará al hotel entre los mejores de España y de toda Europa. La aceptación por parte de los clientes ha sido muy buena, lo que se demuestra en el gran número de reservas que el Hotel tenía confirmadas para las fechas posteriores a su re-inauguración. "Estos datos auguran un buen comienzo para alcanzar nuestras expectativas de ocupación"

Según Suffredini, escoger el 13 de marzo para la reapertura no ha sido una elección al azar. "Se trata de una fecha especial para nosotros, puesto que ese día se han cumplido exacta-



mente 84 años desde su apertura. Abrirlo ese día ha sido como conmemorar un nuevo nacimiento".

El objetivo de esta reforma es recuperar la grandeza con la que el hotel fue creado, en el marco de la gran Exposición de 1929. Por ello, gran parte de las obras se dirigen a potenciar su elegancia y su estilo clásico, e incorporar nuevos servicios y comodidades.

El Hotel desea convertirse en protagonista de la escena culinaria sevillana, y ofrecer una nueva forma de entender sus servicios también a clientes fuera del propio hotel, a través de su Servicio de Catering Deluxe, que se reactiva desde Marzo, con una oferta reforzada. ☺



Amplía su red en Europa con 2 nuevos hoteles: Múnich y Eindhoven

Tras la apertura del octavo establecimiento en Múnich en enero, Pullman ha inaugurado su primer hotel en los Países Bajos el 9 de febrero. La marca de alta gama del grupo Accor, que cuenta con 2 hoteles en España, continúa así su expansión en el corazón de las grandes metrópolis y eleva a 27 el número de establecimientos en Europa.

Primer Pullman en Múnich

Situado en el famoso barrio de Schwabing, el Pullman Munich va a ser objeto de una renovación completa dirigida por la agencia alemana Cornelia Markus-Diedenhofen. El hotel permanecerá abierto durante los trabajos.

En el otoño de 2012, 331 habitaciones (24 de ellas Suites) de diseño y alta gama equipadas con tecnología punta se

ofrecerán a una clientela de negocios y también de ocio.

El hotel dispondrá igualmente de 5 salas de conferencias, un restaurante y un bar, así como un espacio de fitness y bienestar con sauna. Este será su octavo hotel en Alemania.

El Pullman Eindhoven Cocagne, totalmente renovado

Pullman inaugura en Eindhoven su

primer hotel en los Países Bajos, con un hotel de 320 habitaciones (de las cuales 24 son suites y 43 son apartamentos) totalmente renovadas, situado en centro de la ciudad y cerca de la estación y del aeropuerto internacional.

De esta renovación, que ha durado 2 años, nace un hotel de diseño enfocado al bienestar y la convivialidad. El Pullman Eindhoven Cocagne propone un verdadero centro para mantenerse en forma (sauna, baños turcos, fitness), una piscina cubierta y un salón de belleza.

El hotel dispone igualmente de un bar y un restaurante, Vestdijk 47, donde el chef, Hans Melis, elabora menús compuestos por platos internacionales y cocina francesa contemporánea, dispone de 18 espacios de reunión modulables que pueden acoger desde 10 hasta 400 personas. ☺



El Pullman Munich.

El Grupo Aena presentó en Fitur sus nuevos proyectos de navegación aérea y el compromiso de sus aeropuertos con el entorno

- * *Los visitantes vieron en directo demostración de los equipos de los controladores aéreos de las torres de control*
- * *Presentó los logros conseguidos en eficiencia energética tales como los aterrizajes verdes y la utilización de vehículos eléctricos*

El Grupo Aena participó en la edición 2012 de Fitur, con un Stand en el Pabellón 10, con el lema "Eficiencia, seguridad y calidad dentro del proyecto de Cielo Único Europeo" presentó en Fitur sus nuevos proyectos y servicios de Navegación Aérea. Entre ellos destaca por su novedad el Proyecto Caelus, que representa una reestructuración del espacio aéreo como consecuencia del proceso de liberalización del servicio de control de torre, que gestiona el Centro de Control de Tránsito Aéreo de Madrid e indirectamente un nuevo diseño de dicho espacio controlado en las inmediaciones de la capital española (incluye las rutas de llegada y salida de los aeropuertos de Madrid-Barajas, Madrid-Torrejón, Madrid-Cuatro Vientos y Getafe).

Aena instaló una posición de control de torre del sistema Sacta idéntica a la que se utiliza en operaciones reales, complementada con una simulación visual del entorno de un aeropuerto. ☺

Aeropuertos responsables

Los 47 aeropuertos y los 2 helipuertos de la red de Aena Aeropuertos del Grupo Aena son responsables, es decir, sostenibles y respetuosos en relación con su entorno. El expositor del Grupo Aena centró la presencia de Aena Aeropuertos en el mismo con la presentación de las principales actuaciones que conforman su Plan de Acción Medioambiental.

Fundación Aena

Un año más la Fundación Aena colaboró en la elaboración del stand con varias obras pertenecientes a la colección Aena de Arte Contemporáneo, y otras obras gráfica original, todas ellas de Chillida, Hernández Pijuán, Joan Miró, Mompó y Navarro Baldeweg. ☺



La ministra de Fomento Ana Pastor, durante su visita al Stand de Aena.



"Queremos que los turistas se enganchen a Madrid y vuelvan"

- * *Palabras del Vicealcalde de Madrid, Miguel Ángel Villanueva en la entrega de los Premios "Hermestur" y "Madrid Acoge" que se entregaron en Fitur*

Dentro del marco de la feria, se hizo entrega de los premios "Hermestur" y "Madrid Acoge" convocados por la Asociación Española de Profesionales del Turismo, (AEPT), y patrocinados por Intermundial. El acto contó con la presencia del Vicealcalde de Madrid, Miguel Ángel Villanueva, y en esas fechas aún la Directora de Turismo de la Comunidad de Madrid, Ángeles Alarcó.

El "Premio Hermestur" en su duodécima edición, ha recaído en la profesora emérita de la Universidad de Deusto, Julia Gómez Prieto.

La tercera edición del "Premio Madrid Acoge", ha sido para el concierge del Hotel Ritz, Iñaki Fernández.

El Vicealcalde de Madrid, que fue el encargado de clausurar el evento, lo hizo reivindicando la figura del servicio público y del turismo. Diciendo "reivindico la inteligencia aplicada al sector del turismo, que se ha mantenido a pesar de los momentos de crisis; algo muy importante para la promoción de destino" y "sólo en Madrid el sector del turismo implica a más de 180.000 personas, y con muchas ganas de seguir creciendo. Queremos que el turista se enganche a Madrid y vuelva". Por otro lado Villanueva también hizo un balance positivo respecto a las pernoctaciones en la capital española, en el pasado 2011. ☺

Benicassim abre las puertas de su pasado, presente y futuro

Sus playas, de arena fina y aguas claras, están avaladas por múltiples certificados de calidad. Su oferta cultural y artística cobra pleno significado en los numerosos festivales que acoge. Sus afamadas villas constituyen la más bella muestra de Patrimonio Histórico de Benicàssim. Y su entorno, que combina montaña y mar en pocos kilómetros. Atractivos como estos conforman el slogan de la campaña de promoción turística de la localidad: *"Benicàssim, la mejor elección todo el año"*.

La oferta cultural y artística resulta un perfecto complemento. La marca

"Benicàssim, Ciudad de Festivales", pretende dar a conocer el municipio como un centro del que emana la cultura. Un concepto que salpica durante todo el año la localidad a través de un total de 11 festivales de repercusión mundial, que combinan diferentes estilos y modalidades, mezclando tradición y modernidad. Entre ellos, destacan el XIX Festival de Teatro con Buen Humor, el II Festival Lírico Ópera Benicàssim, el XII Festival de Bailes de Salón, el XXVII Festival de Habaneras, la Tercera Edición del Rototom Sunsplash –dedicado a la música reggae– y el archiconocido FIB, que este año toca su décimo octava edición. ☉



Premios al mejor Stand en Fitur 2012

La Feria Internacional de Turismo ha fallado, un año más, sus Premios al mejor Stand, unos galardones que reconocen aquellos espacios expositivos que han destacado en la Feria por su creatividad y diseño.

Se celebró el acto de entrega con la presencia de Ana Larrañaga, directora de Fitur y algunos miembros del jurado. En la categoría nacional han decidido galardonar el espacio de la Agencia Catalana de Turisme, Turismo y Deporte Andaluz y Comunidad Madrid-Madrid Visitors & Convention Bureau. Asimismo, en esta categoría se ha otorgado una mención especial a la propuesta de Benidorm.

Los espacios galardonados en el ámbito internacional han sido Turismo de Portugal, Instituto Costarricense de Turismo-ICT y Panamá Autoridad de Turismo. Además, se concedió una mención especial al espacio del Instituto Hondureño de Turismo (IHT).

En el plano empresarial, los premiados fueron los stands de ADIF, Amadeus España y Confortel Gestión S.A. Por su parte, el espacio de Hoteles Santos ha recibido una mención especial. ☉



Stand de Madrid.

Premios Excelencias 2011

En el marco Fitur 2012, se han entregado los **Premios Excelencias** correspondientes a 2011, con la asistencia de ministros, secretarios y autoridades de turismo, personalidades y prensa nacional e internacional.

Los **Premios Excelencias** se crearon en 2005 por el Grupo Excelencias, con el objetivo de fomentar la excelencia en diferentes ámbitos, todos ellos relacionados con el turismo, el mundo gourmet y la cultura.

Desde entonces, tal y como reseñan desde la organización del evento, "se han convertido en un referente para todos aquellos que están involucrados en estos importantes sectores y desarrollan su actividad siempre con la meta de lograr ser excelentes".

Presentados por el presidente de Grupo, José Carlos de Santiago, los ganadores de esta edición fueron:

Autoridad de Turismo de Panamá, CATM-Centroamérica Travel Mart, Horitzogrup, Secretaría Turismo Ciudad de México, Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay, Hoteles Riu, Tourmundial-El Corte Inglés, Puerto Vallarta-Riviera Nayarit, Taleb Rifai: Secretario General de OMT, Ministerio de Turismo de Cuba, Canirac Jalisco-México y Madrid Fusión. ☉





Pipeline Software nuevamente en Fitur 2012

Pipeline Software no faltó a su cita en Fitur 2012, donde mostraron las últimas novedades de sus aplicaciones *Orbis de Gestión Comercial para Agencias de Viajes*, así como las soluciones y servicios de AAVV.com, su Departamento Internet. Ha sido la decimoséptima edición de la Feria, a la que vienen asistiendo de forma ininterrumpida desde 1995.

Las aplicaciones *Orbis* con 4.000 instalaciones en España, están recomendadas por las principales organizaciones del sector, **Pipeline Software** mantiene acuerdos con las principales Asociaciones y Grupos de Gestión de Agencias de Viajes Españoles, incluyendo AAVA, AEDAVE, AEVAV, AVANTOURS, AVIBA, AVIPO, CENTROTOUR, COSTA ESTE, CRT

GESTION, CYBAS, EDENIA, EUROPA, GEA, GLAUKA, L&T, NEGÓ, OVER, SERCOM, STAR, STOP TRAVEL, TEAM GROUP, UCAVE, UNAV, UNIDA, ¿Y SI VIAJAS? y ZAFIRO TOURS, gracias a los cuales sus miembros se benefician de condiciones especiales para la adquisición de su programa *Orbis*.

En su stand ofrecían información y demostraciones de las soluciones tecnológicas de **Pipeline Software**.

Las soluciones tecnológicas ofrecidas por **Pipeline Software** permiten a las agencias de viajes ser más eficaces, ahorrar costes, mejorar el servicio que prestan a sus clientes, llegar a nuevos mercados, incrementar sus ventas, ... en definitiva, mejorar su competitividad y optimizar sus resultados, lo que resulta imprescindible actualmente. ☺

El Turismo ecológico y sostenible se abre paso en España

El turismo sostenible se abre paso de forma decidida dentro de la oferta de turismo rural en España. En un contexto marcado por las dificultades y la complicada situación que afronta buena parte del sector, el proyecto **Ceres Ecotur** se amplía impulsado por la Fundación Ecoagroturismo, unificando poco a poco la oferta de turismo rural ecológico en España. Con la incorporación de cinco nuevos alojamientos, son ya 31 las casas rurales y agroturismos que forman parte de la iniciativa, con presencia en once comunidades autónomas españolas.

Ceres Ecotur, que de cara a 2012 mejora su distribución geográfica por el territorio español con nuevas incorporaciones así lo atestiguan, con el Ecolodge Los Cabañeros (Ciudad Real), la Posada Molino del Canto (Burgos), el caserío Naera Haundi (Guipúzcoa), el Mirador de la Cigüeña (Segovia) o la casa Villa Ilusión (La Rioja). ☺

H10 Hotels presenta en Fitur sus novedades para el 2012

La cadena **H10 Hotels** presentó en la feria sus novedades más importantes para este año, entre ellas las aperturas en 2011 del *H10 Berlin Ku'damm*; *H10 Lido* en Mallorca, el *H10 Casanova* en Barcelona y el *H10 Habana Panorama* en Cuba.

Para el presente año la cadena trabaja en su segunda apertura en Cuba, el *Ocean Varadero Aqua*. El resort se abrirá a finales de 2012 y será un establecimiento de 5 estrellas situado en la península de Varadero, en primera línea de mar. Contará con 420 habitaciones entre Habitaciones Deluxe y Junior Suites, junto a una amplia oferta de servicios entre los cuales se incluirán cuatro Restaurantes, un Despacho Spa Centre y servicio Privilege, exclusive rooms and services. ☺



Madrid estrena nuevas herramientas para dinamizar el turismo

El vicealcalde de Madrid y presidente de Madrid Visitors & Convention Bureau, Miguel Ángel Villanueva, presentó en Fitur los nuevos productos de promoción turística para 2012. Se trata de la segunda edición de la **guía Madrid**. Un estilo de vida y el Programa de Visitas Guiadas Oficiales, dos nuevas herramientas para la dinamización del turismo en la capital de España.

La **guía Madrid**. Un estilo de vida cumple su segunda edición, tras haber recibido el pasado año una magnífica acogida por su diseño visual e intuitivo. Una fórmula que se ha mantenido con el objetivo de despertar las emociones del futuro visitante. Esta nueva edición, que se compone de más de 170 páginas, se edita en español, inglés, francés y alemán.

Versión para iPad

La nueva entrega de esta guía promocional de Madrid tiene una nueva estructura, centrada en los aspectos temáticos que mejor definen la ciudad como son arte y cultura, ocio, compras, comer y beber, diversidad, lujo, familia y espacios verdes. Las zonas y barrios más relevantes de la capital, como Los Austrias, Serrano o Madrid Río, tienen espacios destacados en las distintas secciones en los que se detallan las múltiples posibilidades de ocio y cultura. Quienes consulten las páginas de esta **guía** podrán comprobar que en la



capital de España hay planes para cada mes del año, para cada día de la semana, para cada hora del día, para cada bolsillo, para todo tipo de inquietudes y emociones. Además, esta novedosa publicación cuenta con aplicación para iPad, incorporando diversos elementos multimedia, como galerías de fotos y vídeos.

Programa de Visitas Guiadas Oficiales

Se presentó también el nuevo Programa de **Visitas Guiadas Oficiales**, que estrena, además de nueva denominación, interesantes novedades. A lo largo de todo el año, el Ayuntamiento de Madrid ofrecerá más de 40 visitas semanales, los 365 días del año.

Visitas adaptadas

El vicealcalde de Madrid ha hecho especial hincapié en las *visitas guiadas adaptadas* para personas con discapacidad física, sensorial o intelectual.

Todas ellas son de carácter gratuito y ofrecen novedoso recorridos por Madrid Río, Centro, el nuevo espacio cultural ubicado en el corazón de Madrid, la Casa Encendida o el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. ●

ABBA Hoteles se incorpora a la agrupación Hoteles Históricos de España

Los hoteles con más calado histórico de la cadena pasarán a formar parte de la emblemática agrupación, que celebra este año su 20 aniversario.

Firmado en el marco de Fitur, este acuerdo beneficiará a ambas compañías y a sus clientes, conjugando su experiencia para ofrecer un servicio de la mayor calidad y la mejor garantía.

La cadena **ABBA hoteles** ha firmado un acuerdo de adhesión con **Hoteles Históricos de España**. Como parte de la nueva estrategia de negocio y en el marco de Fitur, ambas compañías firmaron este convenio con el fin de promover una mejor oferta turística que llegue a más clientes y que aumente la productividad.

De esta manera algunos establecimientos tan emblemáticos como el hotel ABBA Fonseca, en

Salamanca, el ABBA Palacio de Soñanes, en Cantabria, o el Palacio de Arizón, en Sanlúcar de

Barrameda, entre otros, pasarán a ser miembros de la agrupación, que forma parte de la prestigiosa red de **Hoteles Históricos de Europa**. ●

Entrega de los Premios SICTED

El director general de Turespaña, Manuel Butler Halter, y el secretario general de la Federación Española de Municipios y Provincias, Ángel Fernández Díaz, presidieron en el Centro de Convenciones de Fitur la entrega de los **premios y los diplomas** a los 30 nuevos destinos **SICTED**, el Sistema Integral de Calidad en Destinos, de todas las regiones españolas.

Los ganadores han sido León, como mejor destino, Cudillero, como mejor asociación empresarial y Ana Jiménez de Carmona, como mejor gestora de un destino. ●



Politours, presenta en Fitur 2012 sus novedades

* *Politours, mayorista de viajes con presencia en el mercado nacional desde 1974, estuvo presente un año más en la Feria Internacional del Turismo (Fitur)*

En este ocasión el touroperador español presentó como principales novedades sus cruceros, tanto fluviales como marítimos, destacando la edición de un nuevo folleto bajo la marca de **Politours Sea Cruises**, en el que además de seguir con sus propuestas de velero por las costas dálmatas, Turca y griega, nos presentan su primera vuelta al mundo en barco, donde el cliente puede, o bien optar a realizar todo el viaje en 127 días o bien seleccionar parte de la singladura, y aunque no sea novedad si confirmar que en la próxima temporada de Cruceros Fluviales, **Politours River Cruises** mejora aún más sus operativas, apostando por un barco de 5 anclas para el crucero del Rin-Mosela y sobre todo creciendo en oferta en cuanto a número de plazas a la venta, debido fundamentalmente al éxito de ventas de dichos cruceros en la última temporada que les vuelve a situar, un año más, como la mayorista líder y referencia en ese sector de negocio.

En su Stand, en el pabellón 10, dio a conocer de primera mano su nuevo folleto de Venta Anticipada 2012, con interesantes descuentos para aquellos clientes previsores que desean contratar en cualquier agencia de viajes de España el mejor viaje posible al mejor precio del mercado. Y si no es suficiente también **Politours** tenía a disposición de agentes de viaje y clientes su Avance de programación de Semana Santa 2012, con destinos tan sugerentes como Berlín, Londres, París, China, Nueva York, etc...



Delegación de Egipto durante la rueda de prensa, en Fitur.

El cambio político de Egipto afectará positivamente al turismo

Tras los acontecimientos ocurridos durante la Primavera Árabe, que derrocaron el régimen de Hosni Mubarak, y el posterior desarrollo de elecciones generales, **Egipto** espera que 2012 se convierta en el año de su recuperación y que su imagen de tranquilidad y apertura se traduzca en la llegada de turistas, alcanzando los niveles previos al cambio político.

El ministro de Turismo de Egipto, Mounir Fakhry Abd ElNour, ha visitado España para mantener diferentes contactos con instituciones y compañías, y transmitir la situación de calma que vive el país. Mounir Fakhry Abd ElNour fue designado ministro de Turismo del país en febrero de 2011. El ministro se mostró convencido de que "el cambio político que se está llevando a cabo en el país tras la primavera árabe afectará positivamente al futuro turístico del país". Asimismo, considera que el papel del turismo cultural e histórico es fundamental para la pronta mejora de la economía de Egipto.



Mounir Fakhry Abd ElNour, ministro de Turismo de la República de Egipto.

El turismo es una de las principales fuentes de ingreso de divisas de Egipto, tanto por los turistas en sí mismos como por las importantes inversiones realizadas por cadenas internacionales de hoteles. El sector genera un número muy importante de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, y se suelen localizar en tres zonas: El Cairo y alrededores, la zona Sur (Luxor, Karnak, Valle de los Reyes y Abu Simbel) y la costa del Mar Rojo y la península del Sinaí. En 2011, más de 9.800.000 turistas visitaron el país africano.

Las autoridades egipcias son conscientes de que 2012 va a ser un auténtico desafío, "El gobierno va a apoyar con fuerza al sector para que podamos ser más competitivos. Debemos recuperar la confianza del turista y del empresario y eso solo se consigue con el apoyo institucional. Estamos seguros de que el año que comienza será muy positivo para el turismo en nuestro país", afirmó.

En los próximos meses el gobierno egipcio desarrollará diferentes planes con el objetivo de implementar la competitividad, mejorar la sostenibilidad del sector turístico y aumentar la promoción de las distintas regiones del país.

Fitur, cita imprescindible para Noruega

* Un año más, la Oficina de Turismo de Noruega participó en Fitur. Noruega este año optaba al premio de Mejor Producto de Turismo Activo 2012

Un año más, la **Oficina de Turismo de Noruega** no faltó a su cita con Fitur, la segunda Feria Internacional de Turismo del mundo.

Noruega ve en Fitur la oportunidad perfecta para promocionarse como destino vacacional y de negocios, fomentar la llegada de turistas españoles al país, dar a conocer su riqueza natural, histórica y cultural y posicionar Noruega en la mente del consumidor como destino turístico durante todo el año.

Desde inicios de 2011 hasta el pasado mes de Agosto, Noruega contó con 225.387 pernoctaciones hoteleras de

turistas españoles, logrando así un aumento del 6,1% respecto al 2010.

2011 ha cerrado con un aumento de pernoctaciones totales en Noruega de un 4%, un dato positivo dado las circunstancias, donde la clave del éxito reside en la continua promoción del país en España y la satisfacción plena del viajero.

Noruega contó con la participación de agencias de receptivo, varias agencias de viajes españolas especializadas en Noruega y las principales regiones turísticas del país: Oslo, Fiordos Noruegos y Norte de Noruega. ☺

Japón, país abierto al turismo

Un año después de la catástrofe natural sin precedentes que asoló a una parte de la región de Tohoku, Japón camina firme hacia la recuperación, también en el sector turístico. El país espera recibir un número cada vez mayor de visitantes para mostrar que las infraestructuras turísticas trabajan a pleno rendimiento. Para ofertar las novedades turísticas más recientes y demostrar la seguridad del país, Japón estuvo presente por séptima vez en Fitur, de la mano de la Embajada del Japón, **Japan Tourism Agency** y de la **Oficina Nacional del Turismo Japonés (JNTO)**.

El director de la sucursal de París de la **Oficina Nacional de Turismo de Japón**, Sr. Koichi Miyazawa, explicó en rueda de prensa, la situación del turismo hacia Japón tras la catástrofe del mes de marzo. "A pesar de que los acontecimientos del Gran Terremoto del Este de Japón provocaron la caída del 60% del número de viajeros extranjeros en abril de 2010 (respecto al mismo mes del ejercicio anterior), este porcentaje se redujo al 13% en noviembre pasado, lo que muestra una paulatina recuperación del número de turistas. No obstante, el número de viajeros españoles hacia Japón, aún no ha recuperado las cifras y la tendencia alcista de los últimos años".

Entre enero y septiembre de 2011, visitaron Japón 14.017 españoles, un 59,24% menos que en el mismo período de 2010. El máximo histórico fue precisamente en 2010, con un total de 44.076 turistas españoles. Si bien las causas de este descenso no sólo son atribuibles al terremoto y tsunami de Japón sino también a los efectos de la crisis económica en Europa, el gran objetivo es ahora recuperar la afluencia de visitantes desde España (datos de la JNTO).

Durante los años 2013 a 2014, Japón celebrará el Año Dual España-Japón. Al mismo tiempo que se celebra el Año de España en Japón, ellos celebran los 400 años de las relaciones bilaterales entre España y Japón, con la organización de muchas actividades de intercambio cultural, científica y tecnológica o política. ☺



Benalmadena presenta su oferta "multiproducto" en Fitur

El alcalde y la concejala de turismo de la localidad dieron a conocer en el marco de Fitur, su nuevo modelo turístico bajo el slogan "*Benalmádena, siente la atracción*", basado en una oferta multiproducto que se adapta a las necesidades demandadas por el sector.

También presentaron la nueva web de turismo de la localidad, una apuesta por la comunicación y la interactividad.

Junto con la tradicional Feria del Marisco, el I Salón Náutico y el I Torneo de Golf Ciudad de Benalmádena son las principales novedades para 2012 de una localidad que cuenta con una amplia oferta cultural y de ocio para todo el año. ☺



Israel en Fitur 2012

Tras la clausura de la 32ª edición de Fitur, la **Oficina Nacional Israelí de Turismo** hace un balance moderadamente positivo de su participación, en un año en el que las previsiones no eran muy optimistas, fue visitado por reconocidos profesionales del sector. Y un interés similar por Israel al 2011. En el stand se desarrollaron diversas actividades entre los que destacamos:

Dos ruedas de prensa: una dirigida a la prensa religiosa, en la que se presentó la apuesta del Ministerio de Turismo por el turismo religioso y otra por parte de Michael Katz, prestigioso chef israelí que durante 3 días descubrió (y permitió saborear) los secretos de la gastronomía de Israel.

Actuaciones del grupo musical Jaman: fantástico !!! Con instrumentos israelíes tradicionales como el shofar o un curioso handdrum metálico. ☺



Foto: Stand de Israel

FiturGreen se consolida, en su tercera edición, como principal foro de debate del turismo sostenible

Cerca de 500 participantes españoles y extranjeros pasaron por el stand de **FiturGreen 2012**.

La tercera edición de **FiturGreen**, organizada por primera vez por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Fitur, superó en un 30% los asistentes del pasado año, consolidando así su posición como principal foro de debate sobre los retos y las posibilidades de la industria turística en materia de sostenibilidad, eficiencia energética e innovación.

Esta edición se dedicó a analizar las diferentes opciones tecnológicas y herramientas de gestión que puede mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto medioambiental de la actividad hotelera, y cómo integrarlos en una estrategia de marketing diferencial de turismo responsable. ☺



Álvaro Carrillo en el stand.

Marruecos recibió un 10% menos de turistas españoles en 2011

* *El turismo creció en el país un 1% en el pasado ejercicio*

Un total de 700.000 turistas españoles visitaron **Marruecos** durante el pasado año, un 10% menos que en 2011. Estos datos confirman a España como el segundo emisor tras Francia (con 2,7 millones), según ha informado el consejero delegado de la Oficina de Turismo marroquí, Hamid Addou, en rueda de prensa celebrada en Fitur.

En los tres últimos años, el número de turistas españoles que han viajado a **Marruecos** se ha incrementado un 40% "a pesar de que en 2008 diera comienzo la crisis económica", ha matizado Addou. Sin embargo, durante 2011 este país ha recibido menos turistas españoles y europeos como consecuencia de los "fuertes estragos de la crisis" y del atentado de Marrakech. **Marruecos** recibió un 10% menos de visitantes procedentes de España en 2011 mientras que las cifras del resto de países emisores se mantuvieron o crecieron un poco. En datos generales de turismo, el país marroquí creció un 1% de 2010 a 2011. ☺



Iberia y Alsa las dos compañías de transporte se alían para crear el proyecto Bus & Fly, un único billete que combinará el viaje en avión y en autobús

Si vive en Valladolid, Burgos, Soria, Lorca o Albacete y viaja con asiduidad fuera de España por motivos laborales o por placer, está de enhorabuena. La planificación de su viaje se simplifica. A partir de ahora, la conexión con el avión y las esperas interminables en el aeropuerto dejarán de ser un dolor de cabeza.

Ése es el propósito con el que nace Bus & Fly, un nuevo producto desarrollado por Iberia y Alsa, presentado en Ifema con motivo de la Feria Internacional de Turismo (Fitur). Dentro de unas semanas, en la página web de la



Firma del acuerdo de Iberia y Alsa, en el pasado Fitur en el stand.



aerolínea o en las agencias de viajes (tanto online como oficinas a pie de calle), se podrá adquirir, por ejemplo, un billete con el trayecto Buenos Aires-Albacete.

Un único billete que combinará un viaje en avión (entre la capital de Argentina y la Terminal 4 del aeropuerto madrileño de Barajas) y otro en autobús hasta la ciudad castellano-manchega, cuyo coste rondará los 24 euros ida y vuelta. Además de un coste económico menor, la gran ventaja para el pasajero es el tiempo, puesto que la llegada a la Terminal 4 coincide con la franja de salida de los vuelos internacionales de Iberia.

Es decir, el cliente dispondrá de margen suficiente para facturar o recoger su equipaje, pasar los controles de seguridad y coger su vuelo. Y, en el caso de que exista algún retraso en el avión (problemática más frecuente que en el autobús) que impida la conexión, Iberia se encarga de recolocar al afectado en el siguiente autocar a su desti-

no (en el caso de Valladolid, por ejemplo, se ofrecerán seis frecuencias cada día).

Se trata de un proyecto pionero en Europa, donde no existe otro ejemplo que ofrezca una intermodalidad autobús y avión. En este caso, el precedente han sido las rutas que Alsa viene realizando desde hace tiempo entre varias ciudades españolas y la Terminal 4 de Barajas.

La novedad de Bus & Fly es que va más allá y piensa en la optimización de los horarios, mucho más ajustados. Para la primera fase del proyecto, se han elegido las cinco ciudades que más tráfico generan a la red de Iberia.

Sin embargo, pronto podría extenderse, ya que ambos socios estudian la posibilidad de incorporar otras ciudades situadas a una distancia de entre 300 y 350 kilómetros. Tampoco descartan ampliar el radio, incluso a destinos internacionales, y abrir el abanico a un tercer medio de transporte: el ferrocarril. ☉

Madrid, capital de las ciudades AVE

La Red de Ciudades AVE, a la que pertenece la Ciudad de Madrid, está integrada por 18 destinos conectados entre sí a través de la Alta Velocidad Española. Avexperience es una iniciativa pionera que conjuga viajes con trayecto en AVE, estancias en hotel y una citycard con la oferta cultural y de ocio de las ciudades de la Red. El vicecalde ha destacado los beneficios de esta –fructífera– alianza que –beneficia a las industrias turísticas de las localidades que la integran, a su economías, empleo y competitividad–.

El vicecalde de Madrid, Miguel Ángel Villanueva, asistió a la presentación de la nueva campaña de la Red de Ciudad AVE, una estratégica alianza para la promoción conjunta de los destinos nacionales con conexiones AVE y a la que pertenece la capital de España. El acto ha contado también con la asistencia de los alcaldes de Sevilla, Juan Ignacio Zoido, y Valladolid, Francisco Javier León de la Riva, presidente y vicepresidente respectivamente de la Red, así como del director general de Turespaña, Manuel Butler.

Proyecto pionero

Villanueva ha destacado el especial significado de

este acto, no sólo porque se presenta un “proyecto pionero para impulsar un sector clave para la economía como es el turismo, sino porque escenifica la unidad entre los responsables de las distintas administraciones de cara a conseguir este objetivo”. Contribuye al aumento de la estancia media y del gasto medio del turista, “lo que nos beneficia a todos”.

Destinos a la carta

La Red de Ciudades AVE está integrada por 18 destinos conectados entre sí a través de la Alta Velocidad Española: Antequera, Barcelona, Calatayud, Ciudad Real, Córdoba, Cuenca, Guadalajara, Huesca, Lleida, Madrid, Puente Genil, Puertollano, Segovia, Sevilla, Tarragona, Valencia, Valladolid y Zaragoza. La alianza entre ellos permite unir las ventajas que ofrece la Alta Velocidad Española como medio de transporte con el legado cultural, arquitectónico, medioambiental y gastronómico de los distintos lugares que integran esta red de ciudades.

A través de Avexperience, el nuevo producto que se ha presentado hoy, se podrá personalizar cada viaje, adaptándolo a las necesidades de los clientes. Se ofrecerán nuevos paquetes especiales con descuentos y servicios añadidos para viajeros nacionales e internacionales. Todo ello constituye una amplia oferta de destinos a la carta y de hoteles combinados con una citycard con la que disfrutar de distintos descuentos en la oferta comercial, cultural y de ocio de los distintos municipios. ☉

