

# TAP

**TRANSPORTE AÉREO**  
& **TURISMO**



El 19 de septiembre de 1946, TAP, un año y medio después de haber sido creada, el 14 de Marzo de 1945, inauguró su operación regular, uniendo las dos capitales Ibéricas. Ahora celebramos estos 60 años de la línea, que hoy día ofrece 5 vuelos diarios desde Madrid y Barcelona.

# 60 ANIVERSARIO MADRID LISBOA



**TAP PORTUGAL**

A STAR ALLIANCE MEMBER

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



# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

(por Alberto RUMSCHISKY)

**S**upongo que casi todos los viajeros veteranos, y en especial los que han acumulado largos vuelos nocturnos, han sido alguna vez testigos de actitudes muy sospechosas protagonizadas por parejas deseosas de incorporarse al “*Mile High Club*” (algo así como el “Club a Una Milla de Altura”). Este supuesto “club” congrega nada menos que a los que presumen de haber practicado el sexo en pleno vuelo. Lo que ignorábamos es que no es algo tan excepcional, según lo afirma Gloria Brame, una sexóloga y terapeuta de Atlanta, en Estados Unidos, según la que “eso de practicar el sexo en los aviones se ha estado haciendo casi desde que existen los vuelos”.

**E**s cierto que en aviones de pasajeros tan históricos como el DC.3 de hace más de seis décadas ya había configuraciones con compartimientos con literas, que facilitaban la intimidad; o que los jets privados de los más poderosos ofrecen desde hace tiempo lujosos dormitorios; o que las parejas más osadas (y diría yo que más ágiles) se han arriesgado a apagar sus fuegos amorosos en la estrechez de los lavabos o en las últimas filas de asientos de los grandes aviones. Pero lo que hasta ahora no habíamos descubierto es que hay en el sector del transporte aéreo unos vuelos dedicados explícitamente a hacer el amor y poder así calificar para el ingreso en el *Mile High Club*.

**L**a innovación ha sido idea de un piloto veterano llamado Bob Smith, dueño de un Piper Cherokee 6, en el que ha instalado una cama hecha a medida del espacio interior del aparato, y que, por sólo 299 dólares, ofrece a una pareja un vuelo que, saliendo del aeropuerto de Carrollton, en Georgia, dura una hora y regresa al mismo lugar, garantizando que alcanzará una altura de más de una milla. Smith pone sábanas a estrenar en cada vuelo (que luego regala a la pareja), una botella de cava español, auriculares para oír música, y un reloj de cocina que suena a los 50 minutos después de que el avión ha alcanzado la altura de crucero. De este modo, según Smith, sus pasajeros disponen de 10 minutos para vestirse y arreglarse antes del aterrizaje.

**S**mith lleva en esto cinco años, durante los que dice haber prestado su servicio a “entre 75 y 100 parejas”. Afirma que “han venido desde Nueva York, Nueva Jersey y Miami para poder entrar en el *Mile High Club*, porque les resulta más fácil que meterse en el lavabo de un 737”. La edad de las parejas oscila entre los 18 y los 65 años, y el 75 por ciento de los que contratan el servicio son mujeres, para lo que el piloto tiene una explicación: si el hombre le sugiere hacer este viaje a la mujer, ella puede pensar que es un perverso; en cambio, si es al revés, el hombre sencillamente pensará que la mujer tiene ganas de hacer el amor.

**P**ara asegurar la intimidad de los pasajeros, el piloto se coloca auriculares y corre una cortina a través de la cabina, aunque supone que los que contratan el vuelo no sufren inhibiciones. Smith tiene una licencia comercial, que lo califica para dar a sus vuelos el carácter de “gira turística”. Y a quienes le han criticado por su actividad, les dice: “¿Acaso se molestan ustedes con los hoteles que alquilan habitaciones a parejas? Yo me limito a brindarles un lugar en el que tengan la oportunidad de hacer realidad una fantasía”. Al preguntarle si sabe si alguien se dedica a esta actividad además de él, Smith dijo que sólo sabía de otro piloto que lo hace en Cincinnati, y que la empresa se llama “Flamingo Air”. Por cierto que encontramos la página web correspondiente, con una atractiva fotografía de la cama, sobre la que se ven una botella de champaña y una caja de chocolates. Este servicio cuesta lo mismo que el de Smith y opera desde el aeropuerto municipal Lunken, en Cincinnati. El anuncio también asegura que el piloto es “muy discreto”, pero no menciona el regalo de las sábanas.

**S**mith también da a sus clientes un certificado que acredita haber ingresado en el *Mile High Club*, y dice que sólo hubo dos parejas que no quisieron que su nombre figurase en el documento. Lo que hasta ahora no ofrece es la posibilidad de que los viajeros frecuentes acumulen puntos remunerados con vuelos gratis. 🍷



**TAP presenta sus nuevos uniformes** 6

**Celebra el 60 aniversario de su primer vuelo Madrid-Lisboa** 17

**IBERIA: 60 años volando a América Latina** 20

**SAS: 60 años de Historia** 25

**Entrevistas**  
**Victoria William, directora general en España de TAP Portugal** 32

**Reportajes**

**En la verde y monumental Comarca de Cilento...** 29

**XVII Congreso Aedave en Croacia** 34

**Centroamérica Travel Market cierra con resultados positivos en Honduras** 38

**Feria Internacional de Turismo Cultural en Málaga** 40

**Hotel Restaurante Tudanca Aranda** 42

**TurisEm** 55  
**Turismo de Empresa, Congresos, Convenciones y Hoteles**



**TAP Portugal ha celebrado en Madrid su 60 aniversario del primer vuelo comercial Madrid-Lisboa y acaba de presentar nuevos uniformes**

**PRESIDENTE - EDITOR**  
Antonio Flórez

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

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

**CORRESPONSALES**  
Mar Menor (Costa Cálida): Ignacio Segura  
Andalucía Occidental (Cádiz): Víctor Ocaña  
Canarias: Javier Franco  
Comunidad de Cataluña:  
Comunidad de Valencia:  
Roma (Italia): Carmen F. del Vando  
Miami (USA): R. Galiana

**DISEÑO Y MAQUETACIÓN**  
Adán Flórez - Raúl Flórez

**DIRECCIÓN, REDACCIÓN Y PUBLICIDAD**  
Méjico, 31 - 1<sup>o</sup> A - 28028 Madrid (España)  
Teléf: 91 725 64 54 - Fax 91 361 07 01  
E-mail: tatrevista@tatrevista.com

Dirección Postal:  
Apartado de Correos: 14.027  
28080 Madrid

**PUBLICIDAD MADRID**  
**Mafer**

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

**PUBLICIDAD CANARIAS**  
**Diana Publicidad**

Puerta Canseco, 47 - 1<sup>o</sup> - 38003 Sta. Cruz de Tenerife  
Teléf: 922 28 68 00 - Fax: 922 27 31 76  
E-mail: dianapublicidad@dianapublicidad.com

Las opiniones vertidas en esta revista expresan la opinión de sus autores sin que la publicación se responsabilice de ellas.

Queda prohibida la reproducción de cualquier trabajo sin citar su procedencia.

Suscripciones UN AÑO (6 números):

España y UE ..... 21 €  
Extranjero ..... 45\$ USA  
Otros Continentes ..... 55\$ USA

EDITA: **TURISEM, S.L.**

ISSN: 0211-9633

Depósito Legal: M-3344-1982

Fotomecánica: Run Digital Print, S.A.

Impresión Run Print, S.A.

www.tatrevista.com

**Otras Secciones:**

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



## Presenta sus nuevos uniformes

Como culminación del amplio programa de su Nueva Imagen Institucional, lanzado en febrero de 2005 -año en el que la Compañía celebró su 60 aniversario- con el inicio del nuevo rotulado de los aviones, TAP llevó a cabo el 18 de octubre, la presentación de los Nuevos Uniformes, en un acto celebrado en el Museo de la Electricidad de Lisboa, que fue presentado por Fernando Pinto, administrador delegado de la compañía.

Diseñado por dos estilistas portugueses de prestigio internacional, Manuel Alves y José Manuel Gonçalves, este nuevo uniforme pasará, a partir de 2007, a vestir a los profesionales de la Empresa: personal de cabina, personal de TAP en los aeropuertos, en las tiendas de venta y servicios externos, quienes mostrarán, el nuevo rostro de TAP.

Los Nuevos Uniformes nacen del trabajo realizado, en los últimos años,



para transformar a TAP en una empresa más fuerte, moderna y competitiva, y traducen el espíritu de cambio, renovación y rejuvenecimiento de la nueva TAP.

Con vistas a la renovación de los uniformes de la Empresa, se creó un concurso de creatividad. TAP invitó a los diseñadores portugueses presentes en las últimas ediciones de Moda Lisboa y Portugal Fashion a participar, habiendo

mostrado su interés por este concurso un total de 29 diseñadores.

Hacia 37 años que los uniformes de la Empresa no llevaban la firma de un diseñador nacional.

Al optar, esta vez, por diseñadores portugueses, TAP demostró su confianza en la calidad y modernidad de la moda portuguesa actual.

### *Los Nuevos Uniformes: modernos, bonitos, cómodos y funcionales*

Al constituir los trabajadores uniformados de TAP un grupo heterogéneo, abarcando cuatro categorías profesionales diferentes: Personal de Navegación (Técnico y Comercial y en Tierra (tiendas, aeropuertos y servicios externos), la pareja de diseñadores Manuel Alves y José Manuel Gonçalves describió el nuevo atuendo como "muy fashion" en términos visuales y flexible, destacando, sobre esto, que "el concepto que se iba a desarrollar debía despertar la creatividad, es decir, no dar la idea de uniforme, sino de vestuario de trabajo flexible, que permita a cada persona ofrecer un aspecto propio, sin apartarse del concepto original." 



## **IBERIA** Aumenta la diferencia con sus competidores en las rutas Europa-América Latina

\* En la actualidad Iberia mantiene 236 vuelos directos a la semana con 17 destinos en América Latina

Justo cuando se cumplen 60 años de los vuelos de **Iberia** a América Latina, la compañía ha incrementado su ventaja respecto a su más directo competidor en estas rutas. En julio, la cuota de mercado de **Iberia** en los vuelos entre Europa y América Latina se incrementó hasta alcanzar el 18,9 por ciento.

Tanto en 2005 como en lo que va de 2006, **Iberia** se ha situado siempre por encima de todos sus competidores. **Iberia** finalizó 2005 con una cuota de

mercado en los vuelos entre Europa y América Latina del 17,5 por ciento, 0,2 puntos porcentuales por encima de su inmediato oponente en estos vuelos. Asimismo, de enero a julio de 2006 **Iberia** incrementó su cuota de mercado hasta llegar al 18,1 por ciento.

De enero a agosto de 2006, **Iberia** transportó más de 2,1 millones de pasajeros en sus vuelos a América Latina, un 9,4 por ciento más que en los mismos meses de 2005. 

## **IBERIA**

### Ofrece el Auto Check-In en seis nuevos aeropuertos

**Iberia** ofrece el servicio de auto facturación en seis nuevos aeropuertos: Atenas, Bruselas, Copenhague, Munich, Roma y Venecia. Con éstos son ya 10 los destinos internacionales en los que la compañía ha implantado esta facilidad, y que incluyen, además de los anteriores, Ámsterdam, Frankfurt, Londres y París. **Iberia** dispone también de este servicio en otros 15 aeropuertos nacionales, además de en los hoteles Ercilla de Bilbao y Wellington de Madrid. 

## **IBERIA**

### Suprime las conexiones de Sevilla con Londres y Bilbao

**Iberia** tiene previsto suprimir en 2007 las conexiones de Sevilla con Londres y Bilbao, líneas que asumirá Clickair. Su filial de bajo coste ya se hizo con las rutas entre Sevilla y París y Barcelona después de que la compañía matriz abandonase ambos enlaces. 

### Iberia.com incrementa sus ventas un 62 por ciento, hasta 345 millones de euros

En los nueve primeros meses del año, la página web de **Iberia** ha incrementado sus ventas un 62 por ciento respecto al mismo período de 2005, hasta sobrepasar los 345 millones de euros. El 71 por ciento de esas ventas se realizaron en España, lo que supone más de 244 millones de euros, y un crecimiento respecto al

mismo período del año anterior del 55,5 por ciento.

También las 36 versiones de la página web de **Iberia** en Europa, África, América y Oriente Medio incrementaron sus ventas hasta superar los 101 millones de euros, un 80 por ciento más que de enero a septiembre de 2005. 

## **IBERIA**

### Billete electrónico disponible para billetes que combinen vuelos de Iberia y Malév

**Iberia** acaba de incorporar el billete electrónico interlínea para los vuelos de **Iberia** con Malév, es decir, billetes que combinen vuelos de **Iberia** y la aerolínea húngara.

Malév se suma a la lista de aerolíneas donde también es posible utilizar el billete electrónico interlínea, como son Air France, Mexicana de Aviación,

Continental, SN Brussels y todas las líneas aéreas que integran la alianza oneworld, (American Airlines.

British Airways, LAN, Qantas, Finnair, Cathay Pacific y Aer Lingus), permitiendo trasladar las ventajas de esta modalidad de billete a un mayor número de destinos y clientes. 

## **IBERIA**

### Incorpora a su flota dos nuevos A-319

**Iberia** recibió en septiembre dos nuevos Airbus A-319, a los que ha bautizado con los nombres de "Ciudad de Úbeda" y "Ciudad de Baeza". Estas nuevas aeronaves con matrículas EC-JXA y EC-JXJ, respectivamente, están configuradas para transportar a 141 pasajeros y cubrir rutas nacionales, europeas y africanas de la compañía. Con estas dos incorporaciones, **Iberia** dispone ya de diez aviones Airbus A-319 y un total de 90 de la familia Airbus A-320, que comprenden los modelos A-319, A-320 y A-321. 



**IBERIA**

## Volará a Gibraltar

El próximo 16 de diciembre, Iberia iniciará, con una frecuencia diaria, sus vuelos regulares entre Madrid y Gibraltar. Esta nueva ruta permitirá cómodas conexiones con el resto de los destinos nacionales e internacionales de la compañía.

La nueva ruta será operada por aviones del tipo Airbus A-319, aeronaves con capacidad para 141 personas que cuentan con los últimos avances tecnológicos de la industria aeronáutica, gracias a los cuáles consumen menos combustible, son mucho más silenciosos y ofrecen mejor servicio al cliente.

vueling

## Continúa su conquista en Barajas

*La aerolínea aspira a ser la cuarta aerolínea en Barajas en Marzo de 2007*

Vueling, ha inaugurado a finales de octubre nuevas rutas y frecuencias desde el aeropuerto de Barajas. De cara a esta temporada de invierno, la compañía prevé operar un total de 9 rutas desde Madrid. A los enlaces ya existentes con: Barcelona y Santiago como rutas domésticas, y Ámsterdam, Lisboa, Milán, París y Roma como destinos internacionales, se unen dos nuevas ciudades: Bilbao y Granada, con vuelos diarios, dos con Bilbao y una frecuencia a Granada.

La aerolínea doblará frecuencias así mismo en las rutas internacionales con Ámsterdam, Roma y París, favoreciendo el tráfico de negocios en ambas conexiones. El crecimiento más espectacular lo experimenta la ruta Madrid-Barcelona, con cuatro frecuencias y ampliando a 5 desde diciembre. Vueling prevé alcanzar 400.000 pasajeros transportados en un año completo de operaciones en la ruta, dos o tres de los cuales corresponderán a pasajeros de negocios.

**Spanair**

## Potencia Bilbao como parte de su plan de expansión

El plan de expansión de Spanair confirma a la aerolínea como una importante fuente de crecimiento continuo en Bilbao con cuotas de mercado en ascenso y especialmente orientada al segmento de negocios.

La compañía sumará 4 nuevas rutas en verano de 2007, que enlazarán Bilbao con Jerez y Munich, con 1 frecuencia diaria respectivamente, así como Valencia y Málaga con 2 frecuencias diarias, a las rutas ya existentes entre Bilbao y Madrid, Barcelona, Ibiza, Tenerife Sur, Las Palmas de Gran Canaria, Lanzarote



y Palma de Mallorca. Así mismo, prevé la apertura de dos rutas más a La Coruña y a Zurich en el año 2008.

**Spanair**

## En 2006 más de un millón de nuevos pasajeros

Spanair se afianza como la única aerolínea de red capaz de ofrecer un Servicio Business en la totalidad del mercado doméstico, aportando durante este año más de 200.000 nuevos pasajeros de negocio, de los cuales el 50% disfruta de las ventajas del programa de Fidelización Spanair Plus. Esto supone un aumento de 5 puntos en la cuota de mercado del sector empresas, habiendo alcan-

zado un 25% en dicho sector. Así mismo, en 2007 la Compañía prevé alcanzar el liderazgo en este segmento en los aeropuertos de Barcelona y Bilbao.

El Plan de Expansión en el que está inmersa la compañía tiene como objetivo convertir a Spanair en el operador líder en el mercado doméstico en 2009.

**Spanair**

## Inicia sus operaciones en San Sebastián

**Con la nueva ruta entre San Sebastián y Madrid, la compañía alcanzará el 35% del tráfico total de este aeropuerto y un 40% en el sector de empresas**

El plan de expansión de Spanair define a la Capital Guipuzcoana dentro de su desarrollo como la mejor alternativa especialmente orientada al segmento de negocios, gracias a los horarios de sus vuelos adaptados al pasajero frecuente.

La ruta entre San Sebastián y Madrid,

que inicialmente cuenta con 4 frecuencias diarias, dos en cada sentido, permite la posibilidad de conexiones con su amplia red de vuelos domésticos así como con la oferta de destinos internacionales que ofrece Star Alliance a la cual pertenece Spanair.



## Apuesta por la rapidez y la transparencia en su nueva página web (www.aireuropa.com)

**A**ir Europa, ha puesto en marcha una nueva versión de su página web ([www.aireuropa.com](http://www.aireuropa.com)), que supone una clara apuesta por la rapidez y la transparencia en las transacciones necesarias para hacer la reserva de un vuelo, y en la que ofrece además información pormenorizada sobre la compañía y su amplia red de vuelos.

Esta nueva web permite cerrar la reserva del vuelo deseado en sólo tres pasos, contando con las máximas garantías de seguridad a la hora de realizar el pago del billete a través de la propia página.

Una vez seleccionada la ruta, el usuario puede visualizar de la forma más sencilla un calendario mensual con los precios mínimos por día disponibles en ese momento, tanto para el trayecto de ida como para el de vuelta, así como el número de plazas disponibles.



El comprador tiene así acceso al precio final de los vuelos elegidos con total claridad, ya que en la misma página aparecen desglosados tanto el precio del billete, como las tasas y los gastos de gestión que conlleva la compra del pasaje.

**Air Europa** pretende alcanzar su objetivo de 2006 de vender 40 millones de euros a través de Internet. 



Presentación en Vigo de su avión decorado para Rías Baixas



## Río de Janeiro, Dakar y Vigo, novedades invierno 2006/2007

**A**ir Europa, empieza con fuerza la nueva temporada de invierno 2006/07, poniendo en marcha nuevos destinos que se suman a su ya amplia red de rutas.

En el ámbito internacional, Brasil ocupará un lugar relevante en la programación de invierno de **Air Europa**, volando a Río de Janeiro, reforzando así la presencia de la compañía en el país sudamericano, ofreciendo ocho frecuencias semanales a Brasil, de las que cuatro serán a Río de Janeiro y las otras cuatro a Salvador de Bahía.

Asimismo, y como gran novedad, **Air Europa** inicia su operativa regular a Dakar (Senegal), inicialmente con dos frecuencias semanales.

Dentro ya de su red de vuelos domésticos, **Air Europa** ha puesto en marcha 19 frecuencias semanales entre Vigo y Madrid, operando tres vuelos diarios de ida y vuelta de lunes a viernes, y otros dos diarios durante los fines de semana. También desde Vigo se inaugurará una ruta con destino al aeropuerto de Tenerife Sur. 



## Cancela sus vuelos a China

**A**ir Europa deja de operar la ruta Madrid-Beijing, que por el momento no es rentable, cuando se cumple año y medio desde el inicio de las operaciones. La aerolínea, que inauguró esta ruta en mayo de 2005 con vuelos a Shanghai y Beijing, había reducido las operaciones a dos frecuencias semanales sólo con la capital china durante la temporada de verano, que finalizó el 28 de octubre. **Air Europa** inició los trayectos a China con cuatro vuelos semanales y en el primer verano operativo se produjo la plena ocupación de los aviones.

Posteriormente **Air Europa** subió a seis la frecuencia de vuelos semanales, para luego rebajarlos a cuatro, y dejarlos definitivamente en dos. Inició las rutas a China con un Airbus 340, sustituido por unos A330-200. 



## Recibe la certificación IOSA de calidad y seguridad concedida por la IATA

El presidente de Globalia, Juan José Hidalgo recibió la certificación IOSA (IATA Operational Safety Audit - Programa de Auditoría de Seguridad Operativa) concedida el pasado mes de enero a Air Europa por la IATA, en reconocimiento a la calidad y seguridad de sus operaciones.

La entrega de la certificación la realizó el Director de Seguridad, Operaciones e Infraestructuras para las Américas y Atlántico de la IATA, Peter Cerdá, en un acto en el que participaron también el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, y el Director de Calidad y Seguridad en Vuelo de **Air Europa**, José Antonio Salazar. 

## **Delta** Primera aerolínea estadounidense que ofrecerá asientos 100% reclinables en clase Business Internacional

\* *Delta introducirá sus asientos-cama 100% reclinables a principios de 2008, ofreciendo a sus clientes mayor privacidad, más espacio y la máxima comodidad*

**D**elta Air Lines invita a sus clientes internacionales a tumbarse y descansar al ser primera aerolínea estadounidense que ofrecerá asientos totalmente reclinables hasta la posición horizontal en su clase *BusinessElite*. **Delta** introducirá estos nuevos asientos *Contour Premium Aircraft Seating* a principios de 2008, fecha en que la compañía aérea recibirá dos nuevos Boeing 777 de largo recorrido (LR). Los nuevos asientos también incorporarán el sistema de entretenimiento digital de **Delta** líder en el sector que ofrece vídeo y música digi-



tal a petición del pasajero en cada uno de los asientos. 

## **AVIACSA**

### Seis Boeing 737-300 se incorporan a la flota

**A**VIACSA, la línea aérea de México ha iniciado el proceso de renovación de su flota al recibir el primer Boeing 737/300 de los seis aviones que en breve se incorporarán a la flota de los 24 aviones que actualmente tienen en operación.

Con una capacidad de 138 pasajeros, los 6 nuevos Boeing 737/300 se unen a una de las flotas más modernas de México y así alcanzar una red de vuelos con 22 destinos nacionales y 3 internacionales a los que actualmente opera **AviacaSA**.

Operará nuevas frecuencias reforzando rutas ya establecidas y los tres primeros destinos desde México D.F son Puerto Vallarta, Veracruz y Durango.

**AviacaSA** ha presentado una nueva imagen corporativa en sus aviones basada en su renovada página web. 

## BRITISH AIRWAYS

### BA CONNECT inauguró su nueva ruta Madrid-London City

**B**A Connect opera desde finales de octubre dos vuelos diarios entre Madrid-London City de lunes a viernes y uno más el domingo. Con esta nueva apertura, la compañía filial de **British Airways** continúa ampliando su red de rutas al aeropuerto de London City, situado en pleno centro urbano de la capital inglesa. Los vuelos parten de Madrid a las 07:00 y 16:40, de lunes a viernes, a lo que se añade un servicio de tarde operado cada domingo.

Esta ruta al aeropuerto de London City se complementa con los cinco servicios diarios al aeropuerto de Heathrow y los tres a Londres Gatwick desde Madrid-Barajas, que opera **British Airways** actualmente. Esta es la segunda ruta europea inaugurada este año desde London City, desde que en mayo, **BA Connect** comenzara a operar vuelos diarios a Milán. 

## AL VUELO

\* **Iberia** ha sido elegida la aerolínea que ofrece a bordo de sus aviones el mejor vino tinto, el Viña Arnáiz Reserva 1999 D.O. Ribera del Duero, según la revista americana "Global Traveler Magazine". El vino premiado ha sido seleccionado por 35 catadores profesionales entre 150 de los mejores vinos ofrecidos en las clases de negocios de 31 líneas aéreas de todo el mundo.

En el concurso anual "Wines of the Wings", **Iberia** ha competido con compañías como Qantas, Singapore Airlines, British Airways y Lufthansa entre otras. 

\* **Iberia Plus**, primer programa internacional de fidelización de viajeros frecuentes de Europa, celebró su décimo quinto cumpleaños, y lo hizo con más de 2.800.000 titulares, de los que más de un millón están registrados online, y con previsiones de superar a finales de año los tres millones de clientes que podrán beneficiarse de las ventajas y facilidades del programa.

Gracias a los puntos acumulados, sus titulares disfrutaron de más de 600.000 vuelos gratuitos al año, además de estancias en hoteles, alquileres de coche, eventos culturales, deportivos y viajes turísticos. 

\* **Condor**, con la llegada del invierno, la compañía aérea alemana de Thomas Cook y participada por Lufthansa - reintroduce el 16 de Noviembre sus ya famosos vuelos "de una noche" entre Frankfurt y Palma. De momento tiene programado cinco vuelos, que prometen ser vendidos en tiempo record.

Por 119 por persona, los vuelos especiales incluyen no sólo el billete de avión sino también los traslados en Mallorca, las entradas a las Discotecas "Titos" o "Abraxas" y 2 consumiciones. Es lo que se podría llamar copa con vuelo incluido! 

\* **Air France** ha inaugurado una nueva agencia de información y venta de billetes en el aeropuerto de Villanubla en Valladolid. Este nuevo punto de venta está situado en la terminal de salidas.

**Air France** ofrece en esta ruta Valladolid-París Orly el billete electrónico. 

\* La red interconectada entre dba y **Air Berlín** crece de forma rápida. Desde ahora, ya es posible acceder a todos los vuelos de dba de cualquier categoría de tarifa con **Air Berlín**. Los clientes de dba pueden reservar su vuelo a través de la página web, [www.airberlin.com](http://www.airberlin.com), o en la Central de Reservas las 24 horas (Telf: 902 320 737). Los clientes recibirán como siempre la confirmación de reserva de dba. 



## AL VUELO

\* **Air Berlin** y **dba** amplían su red de vuelos. A partir del 2 de mayo de 2007, ofreciendo vuelos diarios entre Hamburgo y Karlsruhe/Baden-Baden. Volará de lunes a viernes, dos veces al día, entre la ciudad hanseática y el Baden-Airpark, y una los sábados y domingos. Volarán con Fokker F100, con capacidad para 100 pasajeros y perará con código compartido entre dos números de vuelo.

El recio inicial del vuelo es de 29 euros, tasa e impuestos incluidos, disponibles tanto en internet ([www.flydba.com](http://www.flydba.com) o [www.airberlin.com](http://www.airberlin.com)), como en las agencias de viajes y en la Central de Reservas (Tel: 902 320 737).

\* **Clickair**, la nueva aerolínea española con base en el aeropuerto barcelonés de El Prat, logró un índice de ocupación de un 70,8% en el conjunto de los 740 vuelos efectuados durante su primer mes de operaciones.

La compañía valora como "muy efectiva" su campaña de precios de lanzamiento, iniciada con la venta de 100.000 billetes a 5 euros cuando se comenzaron las ventas a través de la web [www.clickair.com](http://www.clickair.com) el 7 de septiembre y una posterior campaña - en vigor actualmente- con todos los pasajes a partir de 20€ "todo incluido" hasta marzo de 2007.

\* **NTT Europe Online**, compañía especializada en soluciones y servicios gestionados online, ha sido el socio tecnológico de **Spanair** para renovar completamente su plataforma de Internet. El resultado es un sistema de comercio electrónico -capaz de gestionar la venta de más de dos millones de billetes electrónicos y más de 20 millones de visitas anuales-

\* **Sterling**, compañía aérea de bajo coste escandinava, ha puesto en servicio la ruta Málaga-Aalborg, con un vuelo los sábados desde 74 euros.

\* **Clickair**, a partir del 1 de enero, iniciará vuelos que conectarán Barcelona con Málaga, Munich y Oporto, que se añadirán a las ya existentes, Sevilla, Lisboa, Ginebra y Zurich. Además de los vuelos que opera entre Sevilla y París-Orly, en noviembre se han estrenado dos nuevos trayectos desde Valencia a París-Orly y Roma. En febrero se incorporan nuevas rutas desde Barcelona a Praga y Berlín y comenzarán a operar desde Sevilla y Valencia a Londres-Heathrow. En febrero se pondrá en servicio una nueva Valencia y Milán-Malpensa, y en marzo Barcelona con Frankfurt, Ámsterdam, Dublín y Basilea.



## Compra diez 747-8 Cargueros

**E**mirates ha realizado un pedido de 10 aviones 747-8 cargueros. Los 10 cargueros 747-8 están valorados en 2.800 millones de dólares (2.223 millones de euros) a precios de catálogo

**Emirates SkyCargo** recibirá la primera entrega del carguero más reciente de Boeing en 2010. El 747-8F es un diseño avanzado que ofrece una eficacia operativa mayor para operaciones de carga a nivel global.

Creada en 1985, **Emirates SkyCargo**, la división de carga de **Emirates Airlines**, ofrece el transporte de carga a más de 80 destinos, con una de las flotas más



modernas que operan en la actualidad. La aerolínea ha realizado también un pedido de 8 Boeing 777 cargueros, cuyas entregas comenzarán en 2008.



## Aumenta un 40% su oferta entre Vigo y París

**A**ir France ha aumentado un 40% la oferta de asientos en sus vuelos entre Vigo y París-Charles de Gaulle. Este aumento, que es efectivo desde el 29 de octubre de 2006, es fruto de la puesta en servicio de dos nuevos aparatos Fokker 70 de 80 plazas y Fokker 100 de 100 plazas. Hasta esa fecha, **Air France** operaba, a través de su filial **Régional**, sus 4 vuelos diarios a Vigo con aparatos

Embraer 145 de 50 plazas. Con los nuevos aviones, dos vuelos están operados con Fokker 70 de 80 plazas y Fokker 100 de 100 plazas y los otros dos con Embraer 145 de 50 plazas. Este aumento supone una oferta total de 280 plazas al día, de lunes a viernes, frente a las 200 plazas que la compañía ofrecía anteriormente (1630 plazas semanales frente a 1150 plazas ofrecidas antes del 29 de octubre).



**S**peedbird Club, la herramienta online desarrollada por **British Airways** para los agentes de viajes, dispone desde septiembre de mejorados servicios para todos sus usuarios. Todas las novedades introducidas en la página web [speedbirdclub.com](http://speedbirdclub.com) permiten a los agentes de viajes simplificar las búsquedas de información, y agilizar los procesos de sus gestiones online.

Aquellos que accedan a **Speedbird Club**, dispondrán de todo tipo de datos totalmente actualizados y en castellano. Rutas y servicios de **British Airways**, o guías turísticas y folletos que pueden ser descargados, son algunas de las ventajas que presenta la página web de la compañía británica.

## Mejora Speedbird Club, su página web exclusiva para agentes de viajes

Los agentes disponen también de una completa oferta de informaciones a través de **Mi Speedbird Club**.





## Formaliza pedidos de 787-9 Dreamliner

**S**ingapore Airlines ha realizado un pedido de 20 Boeing 787-9 Dreamliner, con derechos de compra sobre 20 aviones adicionales.

Los nuevos 787-9 de **Singapore Airlines** se entregarán entre 2011 y 2013. La aerolínea tiene previsto utilizar los nuevos aviones en las rutas al norte de Asia, al subcontinente indio y a Oriente Medio.

La compañía aérea no ha realizado aún la selección de motor.

**Singapore Airlines** opera actualmente 25 aviones 747-400 y cuenta con la mayor flota del mundo de la familia 777: 12 Boeing 777-300, 31 Boeing 777-200 y 15 Boeing 777-200. Además **Singapore Airlines** tiene pedidos 19 aviones 777-300, el primero de los cuales se entregarán antes de finalizar este año. ☺



## Condor Inicia su vuelo Madrid-Munich

**C**ondor, la compañía aérea alemana de Thomas Cook y participada por **Lufthansa**, ha iniciado desde el 1 de Noviembre 2006 sus vuelos entre Madrid y Munich. Durante el invierno 2006/07, **Condor** operará la ruta diariamente excepto los sábados.

Los vuelos se operarán con A-320 de 174 plazas, con precios por trayecto desde

29 € y se pueden reservar en Agencias de Viajes, en [www.condor.com](http://www.condor.com) o vía teléfono en el 902 517 300

Miguel de Jorge, Director General de Condor en España, comenta la decisión de operar desde Madrid: "Históricamente un considerable volumen de nuestras actividades se centró en servir destinos vacacionales. Hace un año hemos hecho la apuesta estratégica por una expansión urbana en España lo que nos ha llevado a iniciar vuelos desde Barcelona a Munich. Los resultados son excelentes por lo que ahora lanzamos nuestra segunda ruta entre ciudades principales, uniendo la capital de España con la capital de Baviera, dos ciudades de primerísima importancia y potencial, tanto para viajes de negocios como de ocio".

**Condor** anticipa una ocupación promedio de alrededor del 85% en el nuevo vuelo Madrid-Munich. ☺



Miguel de Monte, durante la Rueda de Prensa en Madrid

**MALEV** Hungarian Airlines

## Supera los dos millones de pasajeros con un mes de adelanto respecto a 2005

**E**l pasado 31 de agosto, **Malév** Líneas Aéreas Húngaras recibió a bordo de su flota a su pasajero dos millones, superando en un mes de adelanto esta cifra respecto a la temporada anterior.

Con esta notable tendencia de crecimiento, su venta de billetes aumentó en un 14 por ciento en relación con el primer semestre del ejercicio anterior.

Considerada una aerolínea clave en las rutas europeas del este europeo, su frecuencia de cuatro vuelos diarios a Bucarest ha aumentado el tráfico de pasajeros a Rumanía en un 45 por ciento. ☺

## AL VUELO

\* **Air Berlin** ha reducido el precio de sus vuelos en invierno hasta un 50 por ciento. Este descuento es válido para las islas Baleares, la península Ibérica, España o Portugal, y las principales ciudades europeas.

**Air Berlin** sigue ofreciendo el mismo número de millas en su programa de fidelización Top Bonus para vuelos frecuentes. ☺

\* El día 1 de Noviembre se cumplen dos años del lanzamiento de **Lufthansa eXperts** en España. A lo largo de estos dos años, el programa cuenta ya con más de 4.000 agentes españoles registrados, que se benefician de la plataforma online de comunicación e incentivo creada por **Lufthansa** específicamente para ellos.

Para celebrar este segundo aniversario, la página web [www.lufthansaexperts.com](http://www.lufthansaexperts.com) estrena nuevo diseño y también se han introducido novedosos premios como suscripciones a revistas o artículos de belleza. ☺

\* **Vueling**, ha cumplido ya sus dos años de operaciones en Andalucía. En octubre de 2004, la compañía realizaba su primer vuelo a Sevilla con la ruta diaria desde Barcelona. Un mes más tarde, se inauguraba un segundo enlace diario con Valencia. Ambas rutas se han mantenido y consolidado desde entonces.

Dos años después, **Vueling** opera la primera conexión internacional de la compañía desde Sevilla, con una frecuencia diaria con Roma, Flumicino.

Los billetes de la nueva ruta se encuentran a un precio final promocional de 35 por trayecto sin recargos adicionales. ☺

\* **Ryanair** ha decidido que Barajas sea su nueva base de operaciones en España, desde donde operará conexiones con 14 destinos europeos.

Para esta apertura la aerolínea irlandesa de bajo coste ha destinado 168 millones de euros para la compra de tres nuevos Boeing 737-800. ☺

\* **Boeing Business Jets** (BBJ) celebra su décimo aniversario con el lanzamiento del nuevo miembro de su familia de reactores de negocio – el BBJ 3. El avión, basado en el 737-900ER (Alcance Ampliado) Next-Generation, logró dos pedidos de clientes sin identificar.

El nuevo BBJ 3 es la versión más grande, con 104 metros cuadrados de espacio en cabina -un 35% más que el BBJ y un 11% más que el BBJ 2. Al poder contar con hasta ocho tanques auxiliares de combustible, el BBJ 3 tiene un alcance máximo de 10.140 km. (5.475 millas náuticas).

Además de los dos pedidos de BBJ 3, **Boeing** ha recibido 10 nuevos pedidos de BBJ en los últimos 11 meses, elevando el total de ventas del programa a 114 aviones. ☺



**Lufthansa**

## Expande y moderniza su flota

**L**ufthansa ha aprobado el pedido de 35 nuevos aviones. A partir de 2007, Lufthansa recibirá un total de 30 nuevos aviones de corto y medio recorrido: Cinco Airbus A319, diez Airbus A320 y quince Airbus A321. También ha solicitado opciones de compra para otros 30 aviones de la familia A320.

Además, el Consejo de Administración dio el visto bueno para realizar un pedido de cinco Airbus A330 de largo recorrido.

Las entregas de los 30 aviones de corto y medio recorrido comenzarán en 2007. El pedido permitirá a Lufthansa aumentar su capacidad en los próximos años, tal y como había planeado, así como mantener su política de modernización de la flota. Su flota europea consta actualmente de 153 aviones, 80 de los cuales pertenece a la familia de los Airbus 320. Por otra parte, 145 modelos más pequeños operan vuelos regionales para la compañía. ☺



TAP PORTUGAL

## Compra Portugalia

**T**AP ha firmado un contrato con el Grupo Espírito Santo Internacional para adquirir el 99,81 por ciento del capital de Portugalia, por valor de 140 millones de euros. la empresa será adquirida libre de cualquier pasivo.

El mismo contrato prevé la adquisición por parte de TAP del seis por ciento que Portugalia tiene en el capital de la empresa de handling Groundforce, por el valor de cuatro millones de euros.

La concretización de esta trasacción dependerá de la autorización de la Autoridad de la Competencia.

La PGA mantendrá su propia identidad y autonomía de gestión, así como la normalidad de las operaciones que ya están programadas, incluso después de la autorización. Para el mayor aprovechamiento de sinergias, se realizarán futuras alteraciones, coordinando los horarios

de los respectivos vuelos en particular en la línea Lisboa-Oporto.

Fernando Pinto, administrador delegado de TAP, halago el reciente funcionamiento de Portugalia y la forma como ha superado las dificultades, calificando la adquisición como un paso estratégico para el desarrollo de TAP, permitiendo una mayor satisfacción de las necesidades de los pasajeros y la dinamización de los principales centros de operaciones con base en Lisboa y sobre todo en Oporto. ☺



## Inaugura una Escuela de Pilotos

**A** partir de febrero de 2007, Air Berlin impartirá su propia formación profesional para pilotos en colaboración con el TFC (Technic Flight Consulting Káufer). Hasta ahora, Air Berlin sólo ofrecía entrenamientos cualificados para pilotos profesionales. En la nueva Escuela de Vuelo, se comienza con los cursos de iniciación y perfeccionamiento para formar pilotos

comerciales. Existen ayudas en la financiación de esta formación profesional.

Después de dos años de prácticas y estudio, el alumno obtiene la licencia de Piloto Comercial "Commercial Pilot Licence" (CPL-IR).

Los aspirantes participan en un proceso de selección individual y tienen que pasar un reconocimiento médico. ☺



**LUXAIR**

## Horario Invierno 2006/2007

**L**uxair ofrece en esta temporada de invierno 18 vuelos directos a la semana entre Barcelona, Madrid y Luxemburgo. Todos los vuelos son operados con Embraer ERJ-145 "Eurojet" disponiendo de clase Business y Economy con gran atención al pasajero y precios muy atractivos.

Las buenas conexiones de Luxair con España hacen que sea ideal no solamente ir y volver el mismo día para un viaje de negocios, sino también pasar un fin de semana en Luxemburgo, el corazón de Europa. Además, el aeropuerto de Luxemburgo es una puerta a la región de Saar/Alemania, Lorena/Francia y Bélgica. ☺



## Vuelos desde Oviedo

**A**ir Berlin desde primeros de noviembre, tiene un vuelo diario, excepto los jueves, a Oviedo.

Este nuevo trayecto, a Oviedo, es el décimo segundo destino en la Península Ibérica al que vuela Air Berlin.

Se puede volar desde Oviedo, vía Palma de Mallorca, con Air Berlin y sus

partners de Ámsterdam, Berlín, Bremen, Dortmund, Dresden, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt, Hamburgo, Hannover, Colonia/Bonn, Leipzig/Halle, Munich, Münster/Osnabrück, Nuremberg, Paderborn/Lippstadt, Stuttgart, Linz y Saizburgo. ☺

**AIR FRANCE**

## Lanza dos nuevas páginas web

**A**ir France propone dos nuevas páginas web [www.airfrance.com/experience](http://www.airfrance.com/experience) y [www.airfrancelasaga.com](http://www.airfrancelasaga.com) en las que el internauta puede descubrir las cabinas *l'Espace Affaires* (clase business) y *l'Espace Première* (primera clase) así como conocer todas las etapas en la historia de la compañía desde su creación hasta nuestros días.

En la página web [www.airfrance.com/experience](http://www.airfrance.com/experience), el navegante se sumergirá en el mundo del lujo y refinamiento de las cabinas *l'Espace Affaires* (clase business) y *l'Espace Première* (primera clase).

La web [www.airfrancelasaga.com](http://www.airfrancelasaga.com) - dedicada al patrimonio histórico y cultural de la compañía- presenta la historia "de la vida a bordo" de los aviones de **Air France**, desde sus inicios hasta nuestros días. 🌐



QATAR AIRWAYS القطرية

**Q**atar Airways ha recibido el primer avión Airbus A340-600 High Gross Weight, de las 10 unidades que ha encargado, siendo la primera compañía aérea a la que se hace entrega del avión más largo del mundo (fuselaje de 75 metros de largo).

El A340-600 HGW tiene una capacidad para transportar 266 pasajeros y una autonomía de crucero sin escalas entre Doha y la costa Este de los Estados Unidos al 100% de su capacidad en pasaje y carga.

La ceremonia inaugural se realizó con el tradicional saludo de agua en forma de arco por el cuerpo de bomberos del Aeropuerto Internacional de Doha bajo el cual pasó el avión a su llegada de Airbus en Toulouse. El Presidente de **Qatar Airways** y diversas autoridades de Aviación Civil y del Estado de Qatar dieron la bienvenida a la aeronave.

## Entrega del primer avión A340-600 HGW en Doha



El avión se ha entregado con el nuevo logo de la aerolínea, el cual suprime la palabra "Airways" dejando solo la palabra QATAR y operará la ruta entre Doha y Londres Heathrow, Osaka y en un futuro EE.UU.

El nuevo Airbus A340-600 HGW tiene una configuración de 3 clases (primera, preferente y turista) y está dotado de una sala VIP para los pasajeros de clase primera y preferente.

Otra característica única del nuevo avión es la TV vía satélite en vivo disponible en las pantallas individuales de las tres cabinas. 🌐

## Lufthansa

## Deja libre el asiento contiguo en Business Class de todos sus vuelos continentales

**A** partir de finales de Octubre, en todos los vuelos de la flota de **Lufthansa Regional**, el asiento contiguo al de cada pasajero de clase Business permanecerá desocupado. El

servicio, que se ofrecerá ahora en todas las rutas domésticas de Alemania y el resto de Europa, es único en Europa.

Ya en el año 2004 **Lufthansa** comenzó a dejar libres los asientos centrales de su *Business Class* en numerosos aviones de corto y medio radio. Además, con la actual expansión de la flota regional a la que recientemente se han sumado 12 aviones Bombardier CRJ900, **Lufthansa CityLine** dispone de nuevos aviones con un moderno diseño interior, así como asientos más confortables en los que se ha aumentado considerablemente el espacio entre filas. 🌐



**Delta**

## Lanza la versión en español de su página web

**L**os clientes de habla hispana de **Delta Air Lines** ya pueden beneficiarse de todas las ventajas que ofrece la página web [www.delta.com](http://www.delta.com) en español, como información sobre viajes, reservas, compra de billetes, asignación de asientos, facturación, reserva de billetes con cargo a puntos del programa para viajeros frecuentes SkyMiles, reembolsos y muchas otras opciones más. Esta considerable mejora incorporada en la página web [www.delta.com](http://www.delta.com) constituye todo un hito para **Delta**.

Para acceder a la versión en español de la página web de **Delta**, solo hay que seleccionar su país de origen en el menú desplegable que aparece en la página y escoger el español como idioma preferente. 🌐



## Celebra el 60 aniversario de su primer vuelo comercial Madrid-Lisboa

**T**AP celebra el 60 aniversario de su 1er vuelo comercial. El 19 de septiembre de 1946, TAP (Transportes Aéreos Portugueses), un año y medio después de haber sido creada, el 14 de Marzo de 1945, inauguraba su operación regular, uniendo las dos capitales ibéricas en un vuelo de 1h 56 minutos de duración, con un bimotor DC3-Dakota transportando 11 pasajeros.

De esta forma se inauguró la operación de TAP, que desde su inicio ofrecía dos vuelos semanales a la capital española, los martes y los jueves Lisboa-Madrid, con regreso al día siguiente, miércoles y viernes, Madrid-Lisboa.

Apenas dos años después de la inauguración de la línea, la compañía aumentaba a tres el número de vuelos semanales entre las dos ciudades, y a lo largo de las décadas ha ido continuamente reforzando y consolidando su presencia en el mercado español.

Actualmente, TAP vuela desde Barcelona y Madrid a Lisboa, con cinco operaciones diarias desde cada ciudad, dos de las cuales, una desde Madrid y otra desde Barcelona, tienen como destino final Funchal (Madeira). En el conjunto la compañía ofrece 140 vuelos semanales entre España y Portugal.

Además de señalar el nacimiento de TAP, compañía aérea líder en Portugal, los vuelos entre Lisboa y Madrid asumieron una importancia relevante desde su inicio, convirtiéndose en una operación emble-



mática en la historia de la compañía aérea, que cumplió en el mes de marzo, 61 años de vida.

España continúa siendo destino y origen prioritario para la compañía, con un considerable volumen de tráfico transportado entre los dos países.

Solo en los primeros siete meses del presente año (Enero a Julio inclusive), TAP transportó más de 300.000 pasajeros en las líneas de España lo que representa un crecimiento de un 7% sobre el mismo periodo del año anterior.

Por otro lado si analizamos los datos globales de producción de TAP España acumulados hasta el mes de agosto para toda la red de TAP, nos encontramos con un aumento de un 11% en el total de pasajeros transportados y un 22% en la producción sobre el 2005.

Confirmando la evolución positiva de los resultados globales de TAP España, los datos del BSP hasta Agosto, reflejan un aumento del 20%, cifra bastante superior a la media de crecimiento de la Industria en el mismo periodo.

TAP celebró este 60 Aniversario del 1er vuelo comercial de la compañía, con sus

amigos y colaboradores en España, ofreciendo un almuerzo conmemorativo en el emblemático escenario del Casino de Madrid, donde los invitados pudieron también visitar una exposición en la que queda constancia ilustrada de los principales momentos de la compañía en estas seis décadas de historia.

Desde la Central en Lisboa Engo Luiz Mór, vicepresidente ejecutivo, el Dr. Dionísio Barum, director comercial y Antonio Monteiro, director de Comunicación y Relaciones Públicas, llegaron a Madrid para acompañar a la directora general para España, Victoria William y a todo su equipo comercial, en este acto de celebración y agradecimiento por la confianza y colaboración recibida a lo largo de todos estos años.

El acto adquirió especial relevancia con la presencia del Excmo. Dr. José Filipe de Moraes Cabral, Embajador de Portugal en España, y destacados representantes de la Embajada, Consulado, Aeropuerto, Asociaciones Turísticas, Directivos de Agencias de Viajes, Carga, Proveedores y Clientes, así como de los medios de comunicación especializados. 📺

*Dos momentos de la celebración de este 60 aniversario en Madrid*



AENA



## Los aeropuertos españoles registran en octubre más de 17 millones y medio de pasajeros, el 6% más que el año pasado

**L**os aeropuertos españoles registraron en octubre más de 17 millones y medio de pasajeros, operaron más de 203.000 vuelos y transportaron más de 55.000 toneladas de mercancías.

En los diez primeros meses del año, los aeropuertos registraron un total de 166.375.425 pasajeros y 1.963.299 operaciones, un incremento del 6,4% y del 4,4% respectivamente, sobre el mismo período del año anterior.

### Pasajeros

El número total de pasajeros en octubre fue de 17.529.650, un aumento del 6% con respecto al mismo mes de 2005. Del total de estos pasajeros, 17.378.832 corresponden a vuelos comerciales. De ellos, 10.271.073 utilizaron vuelos internacionales y 7.107.759 vuelos nacionales.

Entre los principales aeropuertos por tráfico de pasajeros, Madrid-Barajas

continúa siendo el aeropuerto de mayor tráfico de pasajeros con 4.114.397 viajeros, un 9% más que en octubre de 2005; le siguen Barcelona-El Prat con 2.725.030 pasajeros, Palma de Mallorca con 2.142.547; Málaga con 1.261.896; Gran Canaria con 895.083; Alicante con 857.165; Tenerife Sur, con 769.237 y Lanzarote con 495.373 pasajeros.

### Operaciones

En octubre los aeropuertos realizaron un total de 203.837 operaciones, un aumento del 7,3% con respecto al mismo mes de 2005. Del total de estos movimientos, 174.846 corresponden a vuelos comerciales, de los que 90.943 fueron nacionales y 83.903 tuvieron carácter internacional. Respecto al tipo de vuelo, 147.034 fueron regulares y se registraron 23.890 chárter.

El Aeropuerto de Madrid-Barajas continúa siendo el de mayor tráfico con



38.151 vuelos, seguido de Barcelona-El Prat, con 29.092; Palma de Mallorca, 18.323; Málaga 11.529; Gran Canaria, 9.674; Valencia, 7.780; Alicante, 7.246 y Tenerife Sur con 5.627 vuelos. 🌐

## La nueva terminal de Barajas gana el premio Stirling en Gran Bretaña

**L**a nueva terminal del aeropuerto de Madrid Barajas, obra en equipo del británico Richard Rogers, ha ganado el premio Stirling de arquitectura, el más importante en su género del Reino Unido. El galardón, que está dotado con 30.000 euros y concede cada año el Royal Institute of British Architects (RIBA), calificó la nueva Terminal 4 (T-4), como "el edificio más emocionante" en el que ha participado "durante décadas".

El jurado del premio destacó la "escala y complejidad" de un edificio que responde al "desafío clave", el de "la eficiencia de procesar flujos de pasajeros que cambian constantemente y el manejo de los equipajes". 🌐

## Nueva normativa europea de seguridad para el equipaje de mano

**E**l 6 de noviembre, ha entrado en vigor la nueva normativa de la Unión Europea sobre seguridad que incluye restricciones en el equipaje de mano y que afecta a todos los aeropuertos comunitarios.

No estará permitido llevar líquidos, cremas, geles o aerosoles en el equipaje de mano, excepto si van en recipientes de 100 ml. como máximo; Los ordenadores portátiles, artículos eléctricos, abrigos y chaquetas de pasajeros serán inspeccionados mediante máquina de Rx separadamente del equipaje de mano; En el nuevo Reglamento no hay limitación de líquidos en el equipaje facturado y el pasajero podrá consultar cualquier duda en los aeropuertos, en el teléfono 902 404 704 y en la página web [www.aena.es](http://www.aena.es).

Se podrá llevar en el equipaje de mano/medicamentos, líquidos por necesidad de dietas especiales y comidas infantiles, siempre y cuando sea para su

consumo durante el vuelo. En cualquier caso, deberán presentarse en el control de embarque para su inspección.

Una vez pasado el control de seguridad, se podrán transportar como equipaje de mano líquidos/cremas/geles, sin limitación de cantidad, adquiridos en las áreas comerciales situadas pasado el control de seguridad. Cuando se trate de un vuelo directo entre aeropuertos de la UE no se requerirá bolsa especial. Cuando se trate de un vuelo con conexión en otro aeropuerto de la UE o de ida y vuelta en ese día, el vendedor los introducirá en bolsas selladas con el ticket de compra en su interior, que no deberán ser abiertas hasta la finalización del viaje.

Además de las medidas anteriores, el Reglamento de la Unión Europea establece otra complementaria que entrará en vigor el 6 de mayo de 2007 referida a las dimensiones para las maletas o bolsas de viaje de mano, que no deberán exceder de 56cm x 45cm x 25cm. 🌐





## 60 años volando a América Latina

**E**n 1946 Iberia cumple su sueño de volar a América, y cruza por primera vez el charco, convirtiéndose en la primera aerolínea en unir Europa y América del Sur después de la Segunda Guerra Mundial.

El 22 de septiembre de 1946 un cuatrimotor Douglas DC-4 de Iberia realizó el vuelo inaugural entre Madrid y Buenos Aires. A bordo viajaban 45 pasajeros, además de la tripulación formada por tres comandantes, un navegante, un mecánico, y las primeras azafatas contratadas por Iberia. El viaje duró 36 horas, haciendo escala en Villa Cisneros, Natal y Río de Janeiro.

A raíz del inicio de los vuelos de Iberia, surgió la necesidad de crear servicios especiales, que hoy parecen anecdóticos. Por ejemplo, en Villa Cisneros se construyó un

Parador para que los clientes de Iberia pudiesen pernoctar a su regreso de Buenos Aires, dado la larga duración del viaje.

Las normas de seguridad obligaban a pesar al pasajero, junto a su equipaje facturado y el de mano. Una vez a bordo, las azafatas repartían un folleto con una portada en el que aparecían jóvenes españolas ataviadas con trajes regionales. En el folleto se aconsejaba "por galantería no fumen en pipa o cigarro puro, para evitar molestias a sus vecinos y, sobre todo, a sus vecinas".

Las comidas que se servían a bordo eran similares a las que se llevan un día de campo: cada pasajero recibía una cajita de cartón con pollo frito, tortilla española, huevos duros y un bombón. Para terminar se servía, en taza de loza, Nescafé con agua de termo.

Los vuelos Madrid-Buenos Aires fueron todo un éxito; llegando a una ocupación del 90 por ciento. Y todo pese a las 7.250 pesetas que costaba el billete y a que el miedo a volar estaba muy arraigado por aquellos años.

La buena acogida de los vuelos a Buenos Aires favoreció que, sólo un mes más tarde del vuelo inaugural, Iberia estableciera servicios regulares, en un principio cada diez días, aunque poco después se convirtieron en una frecuencia semanal.

En 1949 la compañía inauguró su segunda línea transatlántica: **Madrid-Isla de la Sal-Caracas-San Juan de Puerto Rico** y en 1950 los vuelos a **México y La Habana** con aviones Super Constellation, modelos de líneas elegantes y perfil sinuoso que, por cierto, fueron bautizados con los nombres de las carabelas de Colón: Pinta, Niña y Santa María.

## 1961-1969:

### Bienvenidos reactores

La década de los sesenta estuvo marcada para los vuelos de **Iberia** con América Latina por **la llegada de los reactores**. En 1961 se incorporaron a la flota de **Iberia** tres aviones DC-8, "Velázquez", "El Greco" y "Goya" que, progresivamente, fueron sustituyendo al Super Constellation en las rutas transatlánticas y supusieron el comienzo del gran "boom" para la compañía. Los DC-8 podían transportar el doble de pasajeros que el Super Constellation (16 en primera clase y 129 en turista), y su bodega, con capacidad para 6,3 toneladas, impulsó sensiblemente el negocio de la carga, hasta entonces poco importante para **Iberia**. Por todo ello, los DC-8 acapararon pronto las rutas transatlánticas, que se amplían en esta década con los vuelos a **Santiago de Chile** y la extensión de la línea de Bogotá también a **Lima**.

## 1970-1989: Su majestad el Jumbo y la consolidación de los vuelos directos

**Los setenta son años de expansión y renovación de la flota de Iberia** marcados por la llegada, en 1970, de los primeros Boeing B747, popularmente conocido como Jumbo. Era el avión más grande de la historia de la aviación comercial y el primer avión de fuselaje ancho de la compañía. El Jumbo repre-

sentaba todo el compendio de tecnología y comodidad imaginables en dimensiones espectaculares: en su interior, en aquellas primeras versiones, se acomodaban 370 pasajeros, la tripulación auxiliar era de 14 personas y para las atenciones en tierra requería un centenar de equipos.

En los años inmediatamente posteriores a la llegada del Jumbo, **Iberia** inaugura los servicios a **Guatemala, Managua y Panamá** en Centroamérica.

En la década de **los ochenta se produce la consolidación de las rutas de Iberia a América Latina** favorecida, entre otros factores, por la utilización del Jumbo que facilita la operación de vuelos sin escalas a Buenos Aires y México, entre otros destinos.

## Los noventa: el hub en Miami y los Airbus A340

En **1992, Iberia** se convierte en la primera compañía extranjera con "hub" propio en Miami y desde allí, comienza las operaciones a Cancún, Guatemala, Managua, Panamá, San José de Costa Rica, San Pedro Sula y San Salvador.

Al año siguiente, se inician las operaciones sin escalas a **Sao Paulo**; y en **1996**, coincidiendo con el 50 aniversario de los vuelos de **Iberia** a América Latina, se incorporan a la flota de **Iberia** los nuevos **Airbus A340**. La llegada de este avión representa el comienzo de una nueva etapa en la historia contemporánea de **Iberia**, pues disponen de la más avanzada tecnología, un moderno

diseño de interiores, una gran autonomía y una considerable capacidad de carga. En América Latina, los Airbus A340 se destinaron a las rutas con México, Bogotá, Sao Paulo, Santo Domingo y Santiago de Chile.

## Los últimos diez años, los de mayor expansión

En los últimos diez años la evolución de **Iberia** en América Latina ha sido más que positiva, y ha pasado de las 51 frecuencias semanales operadas en 1996 a las 236 actuales; de ofrecer sólo 6 destinos con frecuencia diaria, a volar directo y a diario a, prácticamente, los 17 destinos de **Iberia** en América Latina. Hoy **Iberia** vuela a, prácticamente, todos los países de Latinoamérica; y a aquellos a los que no llega directamente, lo hace a través de códigos compartidos con otras compañías.

**Iberia** ha **duplicado su flota** de largo radio en estos últimos diez años, que ha pasado de 15 a 31 aviones. La **oferta** en este mercado también se ha duplicado prácticamente, pasando de 15.563 a 28.418 millones de AKO (asientos/kilómetros ofertados); y lo mismo ha ocurrido con la demanda, pasando de 12.112 a 23.632 millones de PKT (pasajeros/kilómetros ofertados). En definitiva, una amplia oferta que convierte a **Iberia** en líder en el mercado entre Europa y América Latina. 🌐



Entrevista a

# Victoria William, Directora General en España de



TAP PORTUGAL

A STAR ALLIANCE MEMBER

*Con motivo de celebrarse en el pasado mes de septiembre 60 años del primer vuelo Madrid-Lisboa, hemos pedido a Victoria William dada su gran experiencia y a los muchos años dedicados a su Compañía en España como directora comercial y, desde el año 1989 como directora general, nos contestase a una preguntas sobre la evolución de TAP Portugal.*

*Victoria William y Fernando Pinto, administrador delegado de TAP, durante la presentación en Lisboa de los nuevos uniformes*



**- Sra. William, desde aquel lejano septiembre de 1946 ¿Cómo ha ido evolucionando TAP?**

De una forma muy positiva, con una preocupación constante a lo largo de las décadas en reforzar y fortalecer su presencia en el mercado español.

Aumentando los dos vuelos semanales iniciales hasta llegar a la operación actual de hoy – de diez vuelos diarios en cada sentido – cinco en Madrid y cinco en Barcelona, cuyo primer vuelo fue inaugurado en 1980 en una época en la que además existían muy pocos vuelos directos con esa ciudad.

Y me gustaría recordar que de los once pasajeros iniciales transportados en aquel primer vuelo, hemos pasado a transportar en 2005 seis millones y medio y, concretamente en relación a las líneas de España, hemos pasado ya en 2005 a transportar más de 520.000 pasajeros, lo que significa un incremento del 5% sobre el año anterior.

**- ¿Con que flota cuenta en la actualidad TAP y que tipo de aviones?**

47 aviones de moderna generación, todos Airbus repartidos para volar:

Larga distancia:

4 A340, 3 A330, 5 A310

Media distancia:

17 A319, 15 A320, 3 A321

**-¿Tiene TAP proyecto de nuevas líneas con ciudades españolas, incluyendo las islas?**

TAP ha considerado después de varios intentos sin éxito en el pasado que no dispone de la flota adecuada para operar a otras ciudades de España, donde la demanda para/de Portugal es bastante inferior a Madrid y Barcelona.

De ahí que hayamos decidido consolidar y continuar a crecer en estas dos ciudades, donde la demanda con Portugal está mucho más de acuerdo con la oferta. Hoy disponemos de 10 vuelos diarios en cada sentido – 5 Madrid y 5 Barcelona.

Ahora no es que dejemos completamente de lado otros mercados, sino que lo hacemos a través de acuerdos comerciales, concretamente code-share con Spanair, también de STAR, de forma a que podamos ofrecer nuestros destinos en una serie de ciudades españolas.

**- ¿Durante el presente año 2006 que cifra tiene estimada de pasajeros en las líneas con España?**

Estimamos transportar más de 550.000 pasajeros, pues los resultados hasta agosto ya indican un 7%

TAP transportó en sus líneas de España en el 2005 más de 520.000 pasajeros



de aumento sobre el mismo período del año anterior. Por tanto, en la línea de crecimiento de los últimos años.

**- ¿Y mundialmente que evolución está experimentando la compañía?**

La evolución, traducida en aumentos de producción, es similar a lo que está ocurriendo con el mercado español.

Portugal hasta el mes de septiembre va con un aumento por encima del 10 % que, habida cuenta de que es el mercado prioritario y base de TAP, es un resultado muy positivo; y Brasil, que es otro mercado importante, donde estamos apostando fuerte, con aumentos de operaciones, está con un incremento espectacular por encima del 70% !!

En resumen, la compañía estima un aumento por encima del 6% en tráfico, pero lo más relevante es que hasta septiembre el aumento de producción global está por encima del 20% sobre mismo período (enero a septiembre) del año anterior, lo que quiere decir que estamos vendiendo mejor.

**- Aparte de España ¿Qué países son prioritarios para TAP?**

Sin duda, Brasil y USA, además de nuestro principal mercado que obviamente es Portugal. Y en Europa, además de España, destacaríamos Francia, Reino Unido e Italia.

Brasil es uno de nuestros principales mercados. Prueba de ello es el aumento de vuelos en los últimos tiempos. Actualmente

tenemos 48 vuelos semanales, lo que nos sitúa como la primera compañía europea en oferta de vuelos con destino a Brasil. Volamos desde Lisboa y Oporto a Rio de Janeiro, São Paulo y, desde Lisboa también a Salvador de Bahia, Fortaleza, Recife y Natal.

**- En la actualidad ¿a que ciudades vuela TAP y con que frecuencias?**

Actualmente nuestra compañía vuela a 46 destinos en 27 países, con una media de 200 vuelos diarios.

**Europa: 31 destinos.**

España (Madrid y Barcelona); Portugal (Lisboa, Oporto, Faro, Funchal, Porto Santo, Ponta Delgada, Horta, Pico y Terceira) Alemania (Frankfurt y Munich); Bélgica (Bruselas); Croacia (Zagreb); Dinamarca (Copenhague) Francia (París); Holanda (Ámsterdam); Hungría (Budapest); Irlanda (Dublín); Italia (Roma, Venecia, Milán y Bolonia); Luxemburgo; Noruega (Oslo); Reino Unido (Londres); República Checa (Praga); Suecia (Estocolmo) y Suiza (Zurich y Ginebra).

**África: 7 destinos**

Angola (Luanda); Cabo Verde (Sal); Guinea Bissau (Bissau); Mozambique (Maputo); São Tome; Senegal (Dakar) y Sudafrica (Johanesburgo).

**América: 8 destinos**

Estados Unidos (Nueva York) y Venezuela (Caracas); Brasil (Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador de Bahia, Fortaleza, Recife y Natal).

**- Sra. William, nos podría indicar el proyecto futuro para la ampliación de destinos de TAP.**

La intención de TAP es seguir creciendo con nuevas operaciones para aquellos destinos, cuyos análisis de mercado nos indiquen su conveniencia.

Este año hemos iniciado nuevos vuelos en Europa (Dublín, Zagreb y Bolonia) y seguiremos apostando, como decía, por nuevos destinos que nos puedan interesar.

Ahora bien, nuestro futuro está en seguir apostando en Brasil. Existen proyectos, aún no confirmados, para nuevas ampliaciones de vuelos en aquel mercado: aumentos de vuelos a Natal y tal vez un nuevo destino, Brasilia; pero es demasiado pronto para avanzar con informaciones más concretas.

**- ¿Qué ha representado para TAP su incorporación a Star Alliance?**

Coincidiendo con el 60<sup>a</sup> Aniversario de nuestra compañía, en marzo de 2005, entramos en STAR.

Y lo que hemos pretendido desde el primer momento es aprovechar todas las potencialidades que nuestra adhesión a STAR ALLIANCE, la mayor alianza global mundial, nos brinda: ofreciendo a nuestros clientes una mayor variedad de opciones y una red mucho más amplia, o sea, un aumento significativo de producto y destinos y, por tanto, una mejora de competitividad.

Estas mejoras serían impensables de otra manera, pues pasamos de ofrecer 200 vuelos diarios a más de 16.000.

Como consecuencia también de esta adhesión, hemos establecido acuerdos de código compartido con casi todas las compañías de la alianza.

**- ¿Cuál es el gran reto de la compañía en un futuro próximo?**

Nuestro objetivo es conseguir crecer en la forma que venimos haciéndolo en los últimos años, procurando una mejoría de la productividad, en resumen mejores resultados líquidos, un aumento de la producción y contención de costes.

Queremos aprovechar todas las potencialidades de nuestra adhesión a STAR ofreciendo a nuestros clien-

tes una variedad de opciones y una red mucho más amplia. También aprovechar las potencialidades de otros mercados como por ejemplo Brasil.

Queremos apostar más en las ventas online. Hemos lanzado el nuevo portal flytap.com y con alteraciones y mejoras estamos con una web local que a corto plazo nos permitirá lanzar promociones, etc...

En resumen, crecer y mejorar nuestra producción continuando con nuestra trayectoria de los últimos tiempos y alcanzar los niveles de rentabilidad óptimos que la Compañía pretende en su plan estratégico para los próximos años.

**- ¿Qué opinión le merece y cómo ve el futuro de la aviación comercial con la introducción en el mercado de las nuevas compañías de "Low Cost"?**

No hay duda que las compañías de bajo coste están ahí, creciendo cada vez más en los mercados. Sería absurdo no tenerlo en consideración.

Pero también es cierto que no siempre ofrecen lo mismo que las compañías llamadas tradicionales, tanto en calidad y producto, como en la utilización de los canales de distribución diversos, como por ejemplo las agencias.

También es cierto que consideramos que crean nuevos mercados y que no debemos verlas como amenazas.

Naturalmente que nuestra obligación y preocupación es hacer frente a esta nueva competencia y en ello estamos, con resultados satisfactorios hasta ahora.



A través de una política competitiva, con una estructura clara de precios, más ágiles y agresivos que en el pasado, y en resumen demostrando que en el mercado seguimos siendo competitivos, también en precios, además de otros factores importantes, como indicaba, que hagan que nuestros clientes nos sigan prefiriendo.

**- ¿Existe algún proyecto de fusión con alguna compañía?**

Bueno, en estos momentos puedo decirle que el 6 de noviembre TAP ha firmado un contrato con el grupo Espírito Santo Internacional para adquirir el 99,81 por ciento del capital de Portugalia, por valor de 140 millones de euros. La empresa será adqui-

rida libre de cualquier pasivo.

El mismo contrato prevé la adquisición por parte de TAP del seis por ciento que Portugalia tiene en el capital de la empresa de Handling Groundforce, por el valor de cuatro millones de euros.

Tan solo recordarles que somos la compañía líder en Portugal y en vuelos de Madrid y Barcelona a Lisboa, así como también a Madeira, esa maravillosa isla.

Y que pueden seguir confiando en nuestro producto y en nuestros servicios, puesto que nuestro principal objetivo es la mejora de servicio hacia nuestros clientes. 🗣️

**A. Flórez**



Airbus A-321

# SAS, 60 AÑOS DE HISTORIA



Scandinavian Airlines

Cuando se firmó en Oslo el documento fundacional de SAS el 1 de agosto de 1946, dos fueron los destinos acordados: Nueva York y Sudamérica. Esto era sólo el principio. En 1952, SAS estaba volando ya a 37 países de los cinco continentes y se había convertido en una de las líneas aéreas más importantes del mundo.

El 17 de septiembre de 1946 un DC 4, el *Dan Viking*, despegó de Bromma (Estocolmo) hacia Nueva York. Su primera parada debía ser Oslo, pero un problema en el motor hizo que el avión regresara a Bromma.

La idea de SAS era ofrecer dos vuelos semanales, pero la demanda fue tan alta que para junio de 1947 ya se había establecido una frecuencia diaria.

En poco tiempo, SAS empezó a planear vuelos hacia la Costa Oeste americana a través de una gran ruta circular sobre la región polar, lo que fue posible gracias al nuevo DC-6B. El 19 de noviembre de 1952, el *Arild Viking* hizo su vuelo desde Los Angeles hasta Copenhague, a través de Edmonton y Thule. Dos años más tarde, se inauguró la ruta Copenhague - Søndre Strømfjord - Los Angeles. Este itinerario fue conocido popularmente como "la ruta del Polo Norte".



Vuelo inaugural a Beirut,  
26 de abril de 1959

## Rumbo a América del Sur

El 12 de marzo de 1946, SILA, la predecesora sueca de SAS, envió su *Fortaleza Volante Bob* a un viaje a Río de Janeiro vía París, Lisboa, Casablanca, Dakar, Freetown, la isla de Sal y Natal. *Bob* regresó el 8 de abril y, según se conoce, SILA propuso a DDL y DNL –respectivamente, las predecesoras de SAS en Dinamarca y Noruega-, que incluyeran esta ruta en sus planes de futuro. Tras completar los preparativos para dos vuelos de prueba, el 30 de noviembre de 1946 se inauguró el viaje.

En un principio, sólo se ofrecían vuelos cada dos semanas, haciendo noche en Lisboa y Río. En la primavera de 1947 se había establecido ya un vuelo semanal. Un equipo se quedaba en Río, evitando así la escala de una noche y reduciendo la duración del vuelo a Buenos Aires a “sólo” 49 horas. En 1949, los vuelos aumentaron a dos por semana y en febrero de 1951 la ruta se extendió a Santiago de Chile.

En 1969, SAS abrió una ruta hacia las Indias Occidentales. La compañía volaba vía Zurich a Barbados y Trinidad – Puerto España. Con sólo una frecuencia semanal, la rentabilidad de la ruta era precaria y se canceló tras sólo un año de funcionamiento.

## La ruta de Extremo Oriente

Hacia 1948, SAS ya había comenzado a planificar vuelos a Extremo Oriente. La ruta se inauguró el 26 de octubre de 1949. Volando vía Copenhague, Zurich y Roma, el *Alrek Viking* aterrizó en Damasco, con gran expectación por parte de las autoridades locales. Después, el *Viking* continuó el vuelo con escala en Basra hacia Karachi. El avión llegó a Bangkok el domingo 30 de octubre. El vuelo inaugural duró cuatro días, pero tras la puesta en marcha de la frecuencia quincenal prevista, la ruta Estocolmo - Bangkok empezó a cubrirse en sólo 35 horas. Seis meses después, SAS ya ofrecía un vuelo semanal. En 1951, la ruta se extendió hasta Tokio, con un tiempo total de vuelo de 54 horas y nueve escalas. Un año más tarde, se añadió un segundo vuelo semanal hacia la capital nipona.

Con los nuevos DC-7C, SAS inauguraba su primer vuelo regular de la ruta transpolar –de Europa a Tokio a través del Polo Norte- el 24 de febrero de 1957. Esta nueva ruta reducía el tiempo de vuelo a la capital japonesa en 32 horas. SAS anunció orgullosamente ser “los primeros en alcanzar el mundo desde el Polo Norte”, lema que se rotuló sobre las puertas de sus CD-7C.

## África

El 1 de abril de 1951, SAS lanzó su cuarta ruta intercontinental. El destino: Nairobi, vía Ámsterdam, Zurich, Roma, Atenas y Jartum. En enero de 1953, la ruta se amplió hasta Johannesburgo. A mediados de los 50, se añadió un segundo vuelo semanal a la ciudad sudafricana.

## Oriente Medio

SAS estableció una red de rutas a Oriente Medio que, hacia 1952 cubría El Cairo, Estambul, Teherán, Damasco y Beirut. Posteriormente se añadieron Bagdad y Abadán. Tel Aviv ya estaba cubierto por una de las rutas a Extremo Oriente.

Las tres compañías nórdicas ABA, DDL y DNL operaban inicialmente su propia red de rutas dentro de Europa. Para 1948, la sobrecapacidad y las restricciones económicas habían obligado a estas compañías a unir fuerzas bajo el nombre de European Scandinavian Airlines (ESAS). Además de los principales destinos europeos, SAS también operaba una amplia red de rutas en Alemania durante los 50, antes de la reestructuración de Lufthansa. Eran frecuencias operadas por aviones DC-3 y

*Entrada de la oficina de SAS de Beverly Hills, Los Angeles*



*Oficina de SAS en Dhahran, Arabia Saudi*





*Celebrando el 60 aniversario de la Compañía*

DC-4, con Frankfurt como aeropuerto de conexión y con destino Hamburgo, Bremen, Hannover, Dusseldorf, Stuttgart, Nuremberg y Munich, así como Viena y Salzburgo.

Por lo que respecta a España, el primer vuelo de SAS con destino Madrid procedente de Copenhague aterrizó en la capital el 17 de abril de 1950.

### En la era del jet

Para SAS, la era del jet se inició en 1959 con la introducción del Caravelle en sus rutas europeas y de Oriente Medio. Los primeros DC-8 empezaron a utilizarse en 1960, reemplazando a los DC-7C en todas las rutas intercontinentales. Hacia

1967, la mejora de relaciones con la URSS permitió a SAS operar dos nuevas rutas asiáticas: Bangkok vía Tashkent y Tokio en un nuevo vuelo transiberiano en 1971. Posteriormente, SAS añadiría Osaka, Beijing, Hong Kong y Shangai a su red de destinos.

Los vuelos de SAS a África también experimentaron cambios. A partir de 1967, la compañía voló durante varios años a Lagos y Abdajan. Entre los destinos a la zona oriental de África se encontraban Entebbe y Dar es Salaam, pero la eliminación de los vuelos a Sudáfrica por razones políticas supuso el principio del fin de la aventura de la compañía en este continente.

También hubo problemas con los vuelos a Sudamérica. La rentabilidad de las rutas hacia la zona, inestable a

### Destinos de SAS

**Extremo Oriente:**  
Bangkok, Tokio, Shangai y Beijing

**Estados Unidos:**  
Seattle, Washington DC,  
Chicago, Nueva York

**Oriente Medio:**

Istanbul

**Europa:**

Barcelona, San Petersburgo,  
Moscú, Reykiavik, Gdansk  
y Venecia, entre muchos otros

nivel político y económico, estaba en entredicho. A finales de los 70, SAS había eliminado los vuelos a Santiago y Recife y, en 1982, como consecuencia de la guerra de las Malvinas, la compañía perdió los derechos de ruta a Buenos Aires. En 1988 se realizó un intento de consolidar una colaboración con Varig y crear un *hub* en Rio, pero tampoco fue rentable y el tráfico fue dirigido a Sao Paulo. Las pérdidas continuaron y, en enero de 1992, las rutas a América del Sur fueron canceladas.

La guerra y las turbulencias en la zona de Oriente Medio también tuvieron como consecuencia la eliminación de las rutas de SAS hacia estos destinos.

En Europa, la caída del telón de acero se tradujo en nuevas oportunidades para establecer vuelos bajo la bandera de SAS a los países que habían formado parte del bloque socialista, en colaboración con líneas aéreas locales o con Star Alliance. 

### Así eran los uniformes de las azafatas



*Servicio de abordaje de SAS*

### Tripulación de SAS





## Apuesta este año por la moda en la World Travel Market 2006 de Londres

**T**urismo de Madrid llevó este año a la World Travel Market de Londres, la Moda de la Comunidad de Madrid, como protagonista de su oferta turística de la región. Madrid posee un gran potencial en cuanto a materia de lujo se refiere, tratándose de la ciudad que acoge los ateliers y tiendas de lujos más prestigiosos de España, además de ser considerada la puerta del lujo hacia Europa y ser anfitriona de la Pasarela Cibeles.

Los británicos que viajan a Madrid por motivos de trabajo suponen un 4,1% del total

de los que nos visitan. En términos globales, los viajes de negocio que los británicos realizan a España constituye la 3ª razón como motivo de viaje con un 13% del total de las visitas al extranjero.

El turismo británico ha tenido dos grandes transformaciones, conectadas entre sí, en el funcionamiento del mercado emisor británico: la irrupción de las aerolíneas de bajo coste (32% de llegadas aéreas a través de CBC), y la progresión del turismo independiente (47%) e Internet como vía de organización del viaje. ●

## FLORIDITA

### Madrid vibra con los "Premios de la música cubana"

**L**as tres formaciones cubanas de primera línea templaron el otoño madrileño con un gran concierto celebrado el pasado 24 de octubre en el Teatro Joy Eslava de Madrid. Con esta celebración, la capital ha acogido por primera vez un festival en el que los asistentes pudieron disfrutar de la más completa representa-

ción de auténtica música cubana que ha abarcado desde los ritmos más tradicionales hasta lo último del hip hop a través de tres bandas que han cosechado un gran éxito dentro y fuera de la isla.

De la mano de Floridita, Madrid se convierte por primera vez en sede de la mejor música cubana al acoger los Cuban Music Awards, una gira europea organizada por Floridita, en la que los galardonados en el festival Cubadisco -el principal encuentro de música que se celebra cada año en La Habana- acercan al viejo continente lo mejor de su música, demostrando que la cultura de la isla es rica y está más viva que nunca. ●



## Atención personalizada al turista extranjero cada día del año

**C**onsolidar a Madrid como la ciudad española que mayor número de visitantes recibe y mantener esa tendencia al alza en el sector turístico sigue siendo una de las prioridades del Gobierno municipal y agrupa buena parte de las actuaciones que desarrolla el Área de Hacienda y Economía. El alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón, presentó el pasado 3 de noviembre el Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE), una iniciativa innovadora fruto de la colaboración entre Ayuntamiento y Delegación de Gobierno, que incide entre otros muchos aspectos en el tema de la seguridad. Ruiz-Gallardón lo explicaba así: "El turismo es una actividad cuyo desarrollo exige seguridad, porque probablemente éste es el aspecto más sensible a la confianza que una ciudad transmite a sus visitantes".

El SATE se prestará de forma permanente. De esta forma, Madrid es la única ciudad española en donde una comisaría de la Policía Nacional, situada en la calle

de Leganitos 19 (distrito de Centro), ofrece un trato personalizado al turista extranjero. Durante los 365 días del año.

Con el fin de dar a conocer el servicio se ha editado una publicación en nueve idiomas que cubren los principales mercados de origen: español, inglés, francés, alemán, portugués, italiano, ruso, chino y japonés y en ella se explican las características de este innovador servicio.

"Madrid es un destino seguro" remarca el alcalde. Medidas como esta presentada o la creación de nuevas infraestructuras o de la marca ¡Madrid! contribuyen a dar a conocer al resto del mundo esa realidad "que no es otra que la de una ciudad abierta, vanguardista, cosmopolita y, también segura". ●



## Hasta octubre llegaron a nuestro país 52 millones de turistas

**E**ntre enero y octubre llegaron a España un total de 51,9 millones de turistas extranjeros, un 4,8% más. El primer mercado emisor fue el Reino Unido con un ascenso del 1,2% seguido de Alemania (2,7% más) y Francia (3,3%). Las comunidades autónomas de destino elegidas por los turistas extranjeros fueron Cataluña, Baleares y Canarias. ●



## En la verde y monumental Comarca de Cilento, el Palacio Belmonte rezuma su glorioso pasado durante el Reino de Nápoles



ITALIA

**U**n retazo de la Italia borbónica que promete una naturaleza protegida, un rincón de la región de Campania que exhala mediterraneidad donde su historia aún palpita y no contaminada por el cemento, se trata de la comarca de Cilento: este vasto territorio al sur de Salerno, que de Paestum se extiende por la costa hasta el golfo de Policastro y, hacia el interior, hasta los Montes Alburnos, forma parte de esa Italia por descubrir que reúne todos los méritos para ser explorada.

Cilento es una tierra repleta de testimonios arqueológicos, artísticos y ambientales que el Consejero de Turismo de Campania, Marco Di Lello, define rica de localidades extraordina-

rias que atrae un número de turistas cada vez mayor.

Esta soleada zona es también la patria de la gastronomía mediterránea cuyos productos locales de la tierra y del mar -que resulta más sabrosa con el perejil, la albahaca y el romero al máximo de su aroma por estos parajes- constituyen un valor añadido para Cilento.

Centro de interés turístico es Castellabate, la antigua villa, donde desde lo alto hacia el atardecer, la vista del castillo abarca la costa entera que se va tiñendo de rojo desde Punta Tresino a Punta Licosa. Y aprovechando los días de atmósfera límpida se perciben todas las curvas de la Costa Amalfitana, delineándose Capri e Ischia en el fondo del panorama.

Desde el puerto de Santa María de Castellabate, a sus piés, se puede alquilar una barca de pescadores en el Ce-Sub, el centro submarino. Para los amantes de la inmersión, estas aguas invitan a maravillas como un parque marino (toda la costa es zona protegida) y un yacimiento arqueológico bajo las aguas.

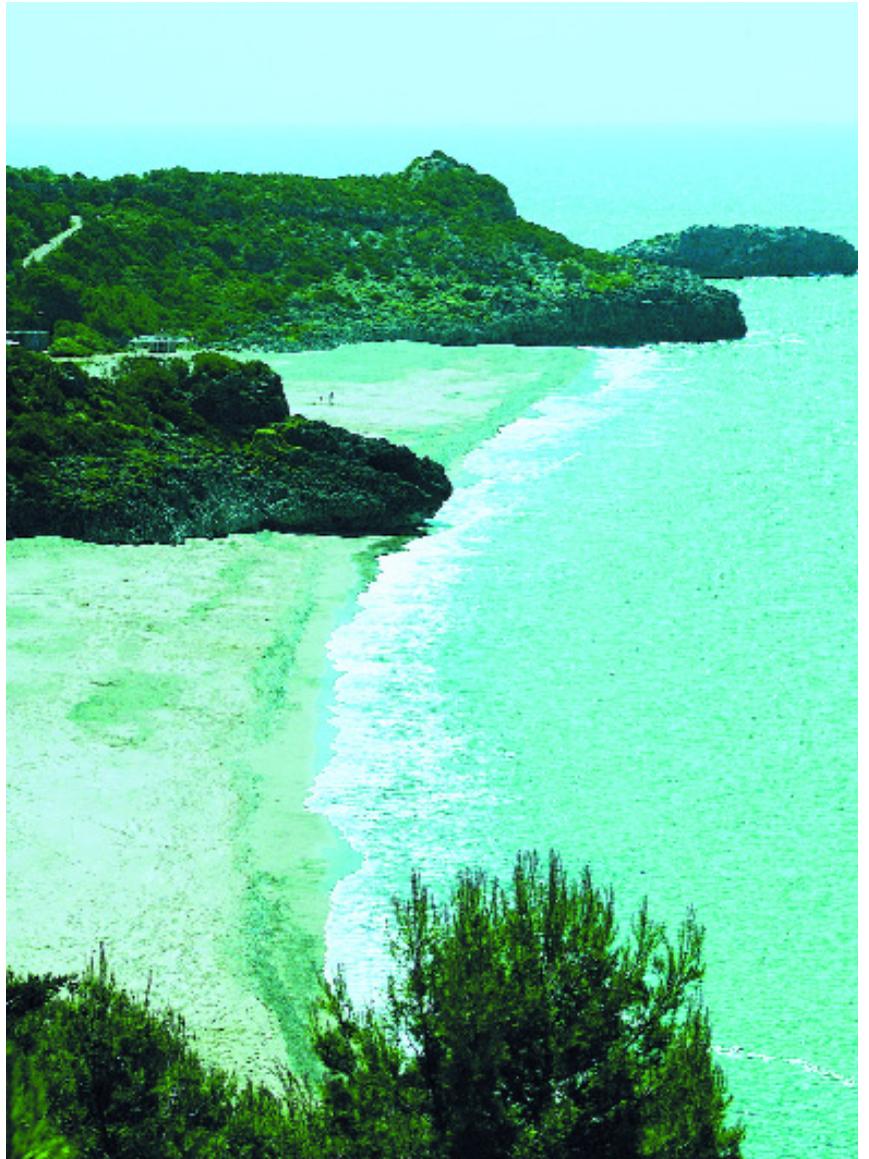
Poco distante, otro puerto bien equipado es el de San Marco donde la costa prosigue más abrupta hasta Punta Licosa, un espolón rocoso, cuyo nombre se debe a la mítica sirena Leucosia que salvó la vida a Ulises... y la gira llega a su meta en el puerto de Ogliastro Marina.

Por tierra, a lo largo del primer tramo de carretera que desde Santa María conduce a Palinuro, hileras de olivos y largas lenguas arenosas acompañan al viajero que ya en el puerto de Palinuro, encuentra a disposición embarcaciones para dar una vuelta por las bellas grutas que agujerean las rocas del lugar.

Volviendo a la carretera, la próxima etapa es Marina di Camerota donde también se puede alquilar una lancha motora para encontrar las calitas secretas entre las fantasiosas grutas: Cala Fortuna, Monte di Luna o Cala Bianca.

Otra sorpresa es Porto degli Infreschi, una maravillosa ensenadura natural donde tras desembarcar, un sendero nos conduce a la iglesita de San Lazzaro, el único testimonio de presencia humana. O la Gruta Frigorífico que debe su nombre a la baja temperatura, aprovechada hasta no hace mucho para conservar el atún.

Hacia el interior del territorio, la primera parada la merecen las Grutas de Castelcivita donde cinco niveles de cuevas ascienden desde el río que las ha ido esculpiendo a través de los siglos.



*Punta Licosa Isolotto*

*Camerota, Cala D'arconte*





*Templo de Paestum*

La gira continúa en la grandiosa Cartuja de San Lorenzo en Padula, cuya iglesia barroca luce un magnífico altar, antiguas cocinas en perfecto estado de conservación además de la famosa escalera helicoidal de la biblioteca, las frescas bodegas y las celdas de los monjes, visitables durante los meses de Julio y Agosto.

En este espléndido territorio, entre verdes frondosidades y cristalinas aguas tirrenas, surge discretamente el Palacio de un príncipe de rancio abolengo, cuyas vetustas piedras y centenaria vegetación manifiestan el ambiente del lujo de antaño: silencio, privacidad y deleite de una naturaleza intacta que se respeta en esta especie de oasis florido, a los piés de la antigua villa de Santa María di Castellabate. Edificado en el siglo XVII por voluntad de la familia del Príncipe Belmonte, fue destinado a residencia veraniega y pabellón de caza en el que los Reyes de España y de Italia se solían retirar para sus cacerías de jabalíes y de codornices por el vasto coto que rodea el Palacio.

En la actualidad, cinco espléndidos acres de parque componen un contexto reservado y sereno, diseminado de naranjos y limoneros, donde estallan hibiscos, adelfas, rosas, jazmines y buganvillas que a cascadas colorean las antiguas murallas.

El Príncipe, que sigue viviendo en un ala privada del Palacio, fiel a la elegante y armoniosa arquitectura original, ha adaptado el interior de este monumento del Seiscientos en confortables alojamientos o suites, espaciosos y dotados de una acogedora decoración para que el huésped se sienta como en su casa.

Los apartamentos ocupan la primera y segunda planta de tres sectores del edificio, mientras que, anexo al núcleo principal, se yergue la llamada y sugestiva 'Casa de Eduardo' con habitaciones que se distinguen con denominaciones de flores e hierbas aromáticas. Algunos de estos aposentos se embellecen con techos abovedados y se alegran con terrazas encantadoras, cuyas vistas se asoman a los jardines, al antiguo patio de entrada o directamente al mar y al centro costero de Santa María.

Para las zambullidas, se puede escoger el agua dulce de la piscina rodeada de una espesa arboleda que repara del sol, y de un bar para el que desee refrescarse también la garganta, o bien bajar unos escalones y acceder a la playa privada de fina arena dorada, preparada para recibir a los clientes playeros con suaves toallas, sombrillas



y cómodas tumbonas además del servicio de bar-cafetería.

Cabe resaltar el menú que ofrece el restaurante del Palacio a base de las típicas especialidades mediterráneas con sabores enriquecidos por los productos locales, como las blancas mozzarellas de búfala o las soleadas frutadas y verduras que se pueden degustar en la terraza de la piscina durante el almuerzo o en el llamado 'Belvedere' a la hora de la cena que, envolviendo con su panorama marino, fragancias naturales, sugestiva iluminación con antorchas y velas y exquisito servicio, crea un ambiente mágico e irreal que, por la atención dedicada, podríamos definir de otros tiempos.

A la salida, dejando atrás las altas cancelas del Palacio que protegen al afortunado visitante de este increíble lugar, a pocos metros de distancia se introduce de lleno en la vida de Santa María, animada por tiendas para todos los gustos, pequeños restaurantes, bares, cafeterías, bancos y un variadísimo mercadillo semanal al aire libre.

Y sería un error considerar esta residencia nobiliaria -que costea el Parque Nacional de Cilento, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco- sólo como un hotel de alto nivel, dado que constituye una morada histórica en donde se invita a sus huéspedes a vivirla como la disfrutaba un noble de hace unos siglos, un privilegio que el Príncipe ha mantenido para recordar el placer de los ocios principescos y de las comodidades patricias del pasado.

Para alternar con este lujoso reposo, los lugares de la ancestral cultura de Cilento proponen alguna que otra visita de sumo interés arqueológico, como los templos de Paestum, a media hora de coche; o Velia, nombre dado por los romanos a la que fue colonia griega, menos conocida turísticamente, a unos 40 minutos; al igual que Herculano y Pompeya, las ciudades con las ruinas más famosas del mundo o, a aproximadamente una hora, se puede llegar a la

*Entrada al parque*



*Faro Agropoli*

grandiosa Cartuja de San Lorenzo, en Padula, fundada en 1306, uno de los más emblemáticos monumentos de la Italia sureña. Sin olvidar Castellabate, antiguo núcleo de casas enganchado en la colina de San Michele, en el que domina el castillo levantado por el fraile benedictino, San Costabile, destinado a refugio de la población local para defenderse de los ataques de piratas que infestaban la costa cilentana, propiedad de los Belmonte hasta inicios del pasado siglo.

Es curiosa la historia de la familia Belmonte, de origen italiano y español, que poseía vastas propiedades en toda Italia y en el Norte de España. Eran dueños de 12.000 hectáreas de tierra, cerca de Barcelona, en donde uno de los antepasados del Príncipe fue Domenico Pignatelli, Marqués de San Vicente, General de la Artillería y de la Caballería, General en el Principado de Cataluña, Gobernador y Comandante de la provincia de Extremadura, Virrey

*Vista desde el parque*



y Capitán General del reino de Navarra y de Galicia, marido de Doña Ana Aymerich la cual ligó sus títulos españoles a la rama italiana de los Pignatelli. Otros antepasados del Príncipe Belmonte han marcado la historia política italiana y eclesiástica como Antonio Pignatelli, hijo de Domenico, el embajador que firmó el tratado de paz entre el Rey de las Dos Sicilias y Napoleón; el Papa Inocencio XII (1691-1700) o el Cardenal Gennaro Pignatelli de Belmonte (1908-1948).

Otro dato curioso que vincula esta tierra a España es que el vino tinto procedente de la propiedad de los Belmonte en Licosa, era de tan alta calidad que el Rey de Nápoles, Carlos de Borbón, tras ser coronado Carlos III, Rey de España, ordenó que se lo llevaran a la Corte de Madrid. 🍷

*Carmen del Vando Blanco*

Para más información:  
[www.palazzobelmonte.com](http://www.palazzobelmonte.com)  
e-mail [belmonte@costacilento.it](mailto:belmonte@costacilento.it)

*Terraza de Belvedere*



## XVII Congreso Aedave en Croacia

### Rechazo frontal a la comisión cero y recurso ante el TDC

**M**ás de 200 profesionales del sector de agencias de viajes se han dado cita en Croacia para participar en el XVII Congreso de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes (AEDAVE) del 15 al 20 de octubre pasado y analizar las nuevas oportunidades ante un nuevo marco económico-social, las polémicas "comisiones cero" de proveedores y la grave sanción impuesta por el TDC que haría peligrar la estructura asociativa de todo el sector.

En el amplio salón de actos del hotel Ambassador de Opatija, tuvo lugar la solemne sesión de apertura del Congreso que comenzó con la audición de los himnos nacionales de España y Croacia, con los asistentes puestos en pie. La presidencia estaba formada por Zelimir Kramaric, ministro de Turismo y Transportes de Croacia; Niko Bulic, director de la Oficina Nacional de Turismo; Amir Muzur, alcalde de Opatija y José Manuel Maciñeiras, presidente de Aedave, sus tres vicepresidentes, Manuel Salazar, embajador de España y Ruben Lois y Rafael Betoret de la consejería de Turismo de la Xunta de Galicia y Comunidad Valenciana, respectivamente.

Intervino en primer lugar el presidente de Aedave que destacó el papel de las agencias de viajes como un eslabón importante en la cadena de valor del turismo y la necesidad de encontrar soluciones a la problemática actual que tiene planteado el sector, las intenciones de algunos proveedores de implantar la "comisión cero" y la sanción del TDC a las asociaciones empresariales. Lanzó un mensaje de confianza a todos los presentes, consciente de las fortalezas del sector. Mostró también su plena satisfacción por "la celebración del Congreso es este fascinante país que será, sin duda, uno de los destinos estrellas de Europa". El ministro de Turismo de Croacia se refirió al apoyo de España en su ingreso en la Unión Europea, al mercado español que cada año es más importante con más de 100.000 españoles que visitan su



*El presidente de Aedave en el discurso inaugural*

país y interés de las agencias de viajes españolas en promocionarles en el mercado iberoamericano

#### *Transportes por tierra, mar y aire*

Abelardo Carrillo, director de los Servicios de Alta Velocidad de RENFE, expuso las perspectivas de futuro del ferrocarril de larga distancia con el nuevo marco legal, el plan estratégico de infraestructuras (Peit) con una inversión programada de 15.020 millones de euros, tendente a conseguir que cualquier destino radial en España este a dos horas y media de viaje en tren, consiguiendo pasar de 21 millones de pasajeros actuales a 30 en 2010. Por su parte, Arantza Martínez Bilbao, gerente de Ventas de Acciona Transmediterránea, presentó las nuevas líneas de la Compañía a Canarias, al Estrecho y a Gran Bretaña, el incremento de plazas en los trayectos tradicionales y las ofertas de fin de semana durante todo el año, además de las nuevas tecnologías a disposición de los agentes de viajes. Javier Alonso, director de Ventas de Iberia, habló

sobre el nuevo marco del transporte aéreo y, en especial, sobre el Plan Director de la Compañía cuyos fines son incrementar la productividad, optimizar la red con rutas rentables, mejorar los ingresos y reducir costes, entre ellos, los de distribución, defendiendo ante los presentes, la implantación de la comisión cero. Como es conocido, pocos días después, Iberia anunciaba que durante 2007 aplicaría la comisión 0,40% y una variable por incremento de ventas y otros conceptos comerciales.

#### *El TDC y las Agencias de Viajes*

Sobre este tema crucial para las agencias de viajes, intervino José María Jiménez Laiglesia, director de la consultora DLA Piper. Como es conocido, a finales de julio, el Tribunal de Defensa de la Competencia, resolvió sancionar a Iberia, Air Europa, Spanair y a las asociaciones de Agencias de Viajes, con 6,1 millones de euros por acuerdo en la fijación de cargos de emisión (fees) de los que 1,47 millones recaerían en Aedave. En su documen-



**Mesa presidencial del Congreso**

tada ponencia trazó el panorama sobre las instituciones y las normas de competencia en España. De gran complejidad por la total ausencia de una doctrina legal clara y la aplicación de sanciones muy altas. En el resumen de las Conclusiones, la Asociación recoge y apoya los argumentos que han servido para el recurso presentado ante el TDC el pasado 28 de octubre con la finalidad de anular dicha resolución.

Javier Gallego Alonso, director del

Centro Europeo de la IATA, entidad que agrupa a 265 líneas aéreas de todo el mundo, comercializa 370 millones de billetes a través de 79.000 agencias de viajes, se refirió a la simplificación de los billetes en los viajes de negocio y los últimos cambios en la venta y distribución. Paul de Villiers, director general de Savia Amadeus, analizó la expansión de Internet y las nuevas tecnologí-

as, la tendencia al aumento de nuevas agencias de viaje en España e Italia y a la disminución en Alemania, a las oportunidades que tiene para ser más eficientes y ofrecer más calidad en los servicios prestados a precios atractivos. Más adelante habló Andrés Contreras Serrano, subdirector de Cooperación Turística de Turespaña quien en su presentación destacó los cinco ejes de la política turística en España: mayor coordinación entre las

administraciones públicas, colaboración pública-privada, planificación estratégica para el futuro, renovación social del sector y revolución de la gestión a través de un plan de objetivos de promoción del turismo.

En la sesión de tarde, participaron con sendas exposiciones, David Fernández de Compañía Europea de Seguros, Miguel Pardo Bustillo de ATESA, Rafael Betoret de la Agencia Valenciana de Turismo, Rubén Lois de la Xunta de Galicia, Juan G. Rubin del Turismo Andaluz y Rubén de la Fuente, del Consorcio Turístico de Madrid. Durante los días posteriores al Congreso, los agentes de viajes y acompañantes, ponentes e invitados, visitaron diversas localidades de Croacia como la propia ciudad de Opatija, Malinska, Vrbnik, Porec, Istria, Pula, Dubrovnik y Cavtat, que serán objeto de algún reportaje posterior como destino turístico. 📍

**Texto y fotografías:**  
**José Antonio Fernández Cuesta**

**Nota: en el próximo número publicaremos un resumen de las conclusiones de este XVII Congreso**



**os desea...**

**Felices Fiestas**



## IV Foro de turismo ONETE "Evaluación de las actividades de marketing de las Of. Nacionales de Turismo"

El pasado 19 de octubre se celebró el "IV Foro de Turismo ONETE" sobre el tema "Evaluación de las actividades de marketing de las Of. Nacionales de Turismo", con una importante participación de países miembros y Medios de Comunicación.



Participó como Ponente: Sandra Carvão, Subdirectora de Estudios Turísticos de la OMT, que realizó un pormenorizado estudio sobre marketing, promoción, estadísticas, financiación, publicidad, etc., de las Oficinas de Turismo en el extranjero.

Posteriormente se estableció un interesante debate con los asistentes.

## Unida se incorpora a UNAV

Con la firma de este acuerdo de adhesión se busca fortalecer el asociacionismo para afrontar el delicado momento que atraviesa el sector

El presidente del Grupo UNIDA, Diego Higuera Ceballos y el presidente de UNAV, José Luis Prieto Otero, firmaron el pasado 3 de octubre el Acta de Adhesión de la red de agencias de viajes UNIDA a la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV).

UNIDA es uno de los principales grupos de gestión del país, formado por 130 agencias independientes, con un total de 210 puntos de ventas.

UNAV, una de las asocia-

ciones decana de España, cuenta con 240 miembros y con 800 puntos de ventas.

Este acuerdo beneficiará a ambas partes haciendo más fuerte el asociacionismo, José Luis Prieto declaró, "que UNAV será más fuerte todavía, y será la columna vertebral de FEEAV".

Diego Higuera explicó "la decisión de incorporar UNIDA a UNAV, en estos momentos delicados para las agencias de viajes, es más necesario que nunca para unir sus fuerzas".



## destinia en acciónate viajando .com

La agencia de viajes online **Destinia.com**, ofreció una gran fiesta a los medios de comunicación el pasado 5 de octubre en el hotel Santo Domingo de Madrid, con profusión de sorteos y con la presencia de los socios fundadores de la Compañía.

**Destinia.com**, la agencia de viajes online líder en reservas hoteleras en España y América Latina ofrece un portal personalizado para los medios de comunicación que permitirá



a todos los periodistas disfrutar de sugerentes descuentos adicionales a los que ofrece en su página web. **Destinia.com**, cuenta con una base de más de 165.000 establecimientos distribuidos en todo el mundo a precios increíbles.

[www.destinia.com/descuentos/periodistas](http://www.destinia.com/descuentos/periodistas)



## Nuevos Programas

La mayorista **Royal Vacaciones** acaba de presentar dos nuevos folletos. El primero "Amanecer de Civilizaciones, invierno 2006/07", para Marruecos, Túnez, Turquía, Senegal, Jordania, Siria y Egipto.

En él una vez más la mayorista ofrece un amplio abanico de ofertas a dichos países siempre ofreciendo calidad y precio, como es su lema.

El segundo **Royal Pacific** "Asia 2007/08" es la nueva Línea de Producto de Larga Distancia, que ofrece un producto donde primará la calidad

y la competitividad. Los países que ofrecen son: India, China, Tailandia y Bali. En todas las programaciones de este nuevo producto los vuelos son únicamente con las más prestigiosas líneas aéreas regulares.



## Escapada a Tallin con Estonian Air para agentes de viajes y acompañantes

**Estonian Air**, compañía de bandera de Estonia, ofrece una tarifa de 40 euros por persona y trayecto, más tasas, para volar a la perla del Báltico desde Barcelona, exclusiva para agentes de viajes y vigente hasta finales del año 2006. Los agentes, principales aliados de la aerolínea en el desarrollo de esta ruta, podrán descubrir en sólo cuatro horas de

vuelo todos los encantos de Tallin y sus alrededores, llevando a un acompañante de su elección.

Condiciones de aplicación y reservas en el teléfono: 93 265 77 73



# CENTROAMÉRICA TRAVEL MARKET CIERRA CON RESULTADOS POSITIVOS EN HONDURAS

**\* La feria contó con la participación de 82 mayoristas y 33 representantes de prensa internacional**

**\* Durante los pre-tours y post-tours grandes expertos visitaron los grandes atractivos turísticos de los siete países de Centroamérica**



**L**a III Feria Centroamericana de Turismo cerró con resultados positivos al obtener un incremento importante en el volumen de negocios generados.

La feria que tuvo lugar del 13 al 15 de Octubre en San Pedro Sula en Honduras ha contado con la participación de 141 empresas expositoras centroamericanas que tuvieron la oportunidad de presen-

tar la oferta de sus productos turísticos a más de 82 mayoristas europeos y 33 miembros de prensa provenientes de Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y República Checa. Además estuvieron representantes de Japón, Taiwán, Australia y Nueva Zelanda.

Durante la feria se ha tenido la oportunidad de conocer la amplia oferta turística de la región, consolidar relaciones comerciales entre los participantes, reunirse con los compradores de los mercados objetivos, establecer contactos con mayoristas potenciales y así se ha contribuido al posicionamiento de la región

como un multidestino turístico altamente competitivo en el ámbito internacional.

Un total de 51 expertos en prensa turística y 185 tour operadores de los cuales 66 procedían de Europa, 13 de Asia, 3 de Oceanía, 90 de Norteamérica y 13 de Suramérica han podido disfrutar la Oferta Turística que la





región registró un crecimiento del 11% , mismo incremento que igual período del año precedente.

La feria cerró con resultados positivos, atendiendo más de siete mil solicitudes de negocios que podrían generar inversiones por 15 millones de dólares.

En el marco de la CATM. se llevó a cabo la entrega de los "Premios ECO", que estuvo a cargo de Angela San Miguel, presidenta ejecutiva de CATA. Cinco periodistas fueron los

galardonados en esta 1ª edición, dos periodistas españoles, entre ellos.

CATA, recibe el Primer Premio de Excelencias Turísticas, por los esfuerzos realizados por las Oficinas de Turismo de América y Caribe en la promoción y desarrollo de la actividad turística de su respectivos países, durante la inauguración de Centroamérica Travel Market.

*Fotos: Mafer*

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

región ofrece en los diferentes pre-tours que se organizaron del 9 al 12 de Octubre y post-tours del 16 al 20 de Octubre donde se ha podido descubrir los múltiples atractivos turísticos de los siete países que conforman la región.

El turismo representa para Centroamérica uno de los principales generadores de divi-

sas. Durante el año 2005 se recibieron 6,458,598 de turistas a la región que dejaron al istmo 4,824,8 de dólares , lo que significa un incremento del 15% de turistas y de divisas con respecto al año 2004.

De acuerdo con datos oficiales de la Organización Mundial del Turismo, durante los primeros cinco meses del año, la





Momentos de la inauguración de la Feria

## Feria Internacional de Turismo Cultural

# Málaga da el salto definitivo como sede de la única feria especializada en turismo cultural

La Feria Internacional del Turismo Cultural cerró el pasado 24 de septiembre sus puertas a la tercera edición con la seguridad de haberse convertido en la única convocatoria especializada en el segmento con vocación de ser punto de encuentro del sector a nivel nacional e internacional.

En total han sido 7.000 los visitantes que han acudido a la feria durante los 4 días que duró el certamen, de los que 2.000 fueron profesionales y 5.000 público general. Estas cifras suponen un aumento del 33,3% y del 100%, respectivamente, en comparación con la edición de 2005.

Por otro lado, los workshops de Turismo Cultural y Turismo Idiomático congregaron a más de 80 touroperadores de ámbito nacional e internacional que dieron lugar a más de 1.500 encuentros comerciales, cifra que supera las obtenidas en las convocatorias de 2005 y 2004.

En lo que a las jornadas paralelas se refiere, conferencias, presentaciones y seminarios se han convertido en uno de los sellos distintivos de la feria, a la vez que más de 30 expertos del mundo del turismo procedentes de dentro y fuera de nuestras fronteras se han dado cita en Málaga para analizar los aspectos relacionados con el segmento turístico-cultural.

Por último, el Palacio de Ferias y Congresos de la capital acogió, en el marco de la feria, la Cena de Gala "La Málaga de Picasso", mezcla de alta gastronomía y espectáculo flamenco, inspirado en el cuadro del artista malagueño "La señoritas de Avignon", que se presentaba por primera vez en España. Más de 300 personas del entorno del turismo, cultura, tejido empresarial y ámbito político se dieron cita en este acto, en el que la cena fue preparada por el chef del Restaurante "Café de París", José Carlos García, distinguido con una estrella Michelin. 🍷

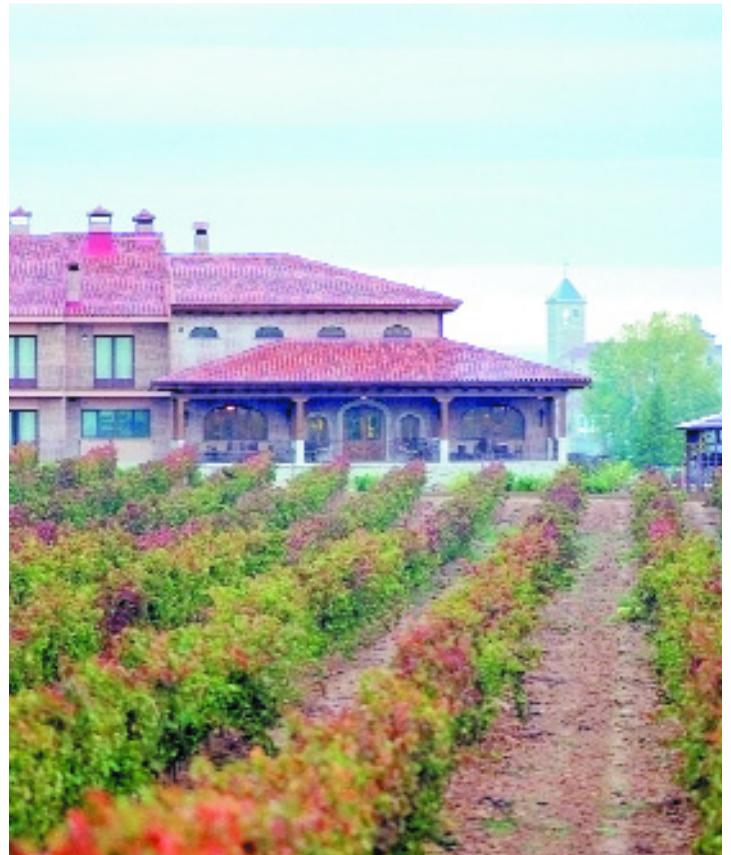




# HOTEL RESTARUANTE TUDANCA ARANDA

## Enoturismo en el corazón de la Ribera del Duero

El Hotel Tudanca de cuatro estrellas y con 40 habitaciones amplias y bien diseñadas, es un mágico establecimiento temático del vino, enclavado en la Ribera del Duero, en la localidad de Fuentespina.- Burgos, con cuatro años de vida ha sabido deslumbrar al cliente con un gran abanico de servicios.





**A**mplios salones, para congresos y convenciones con capacidad hasta para 654 personas, dotados de los últimos adelantos técnicos y audiovisuales; constituyen el reclamo ideal para la organización de viajes e incentivos. Además cuenta con un gimnasio, jardines y viñedos propios.

Los fines de semana tiene unas ofertas muy apetecibles, para disfrutar del hotel, de su gastronomía y además de las numerosas rutas por Castilla y León que desde este enclave puede hacerse.

Durante el pasado mes de septiembre Jesús Tudanca, propietario del establecimiento, invita a los medios de comunicación, a descubrir los secretos de la vendimia, la cata y los caldos de esta prolifera zona vitivinícola.

La cena-cata maridada con degustación de los productos típicos de la zona regados de los mejores vinos de su

propia bodega, se llevo a cabo en el elegante restaurante del hotel. Una carta basada en las ancestrales recetas castellanas, el tradicional cordero lechal, asado a la leña, las manitas de cordero, las mollejas o los riñones encebollados, son entre otros sus especialidades.

La simpática cata antes de la cena, transcurrió con las explicaciones del enólogo, Javier Alonso, que nos hizo apreciar los sabores y aromas que tienen los deliciosos caldos. Constó de tres clases de vinos Tudanca: Joven, Joven Robles y de Crianza. Desde estas páginas recomendamos el de Reserva.

A la mañana siguiente de la mano del enólogo, se visitaron las viñas, la viñas están en espaldera, y la uva mayormente que da estas tierras es la de la clase tempranillo. Se vendimió y se puso la uva tradicionalmente, para degustar el primer mosto.

El broche se puso con el almuerzo en el recién inaugurado Restaurante Asador "Puerta Real", perteneciente al grupo Tudanca, en Burgos, y situado enfrente de la Catedral. Un edificio de cuatro pisos, que alberga distintos salones de capacidad, y una tienda de delicatessen en su recepción. Su gastronomía castellana, esta elaborada de una gran exquisitez y con gran sugerencia, creo que dentro de unos años si sigue con el mismo chef, conseguirá una estrella Michelin. 🍷



## Nuevo récord de visitantes e ingresos durante la temporada de verano

El sector turístico andaluz cerró la temporada de verano (julio-septiembre) de 2006 con un nuevo récord de visitantes y de ingresos. En este sentido, la cifra de viajeros se incrementó casi un 4 respecto al mismo período del año anterior hasta alcanzar los 9,8 millones y los ingresos se situaron en 6.095 millones de euros, un 6,2% más en términos reales, según la Encuesta de Seguimiento Turístico del Verano.

Los resultados del movimiento hotelero han sido igualmente positivos para la comunidad, ya que los establecimientos han registrado 15.809.270 pernoctaciones, un 3% más que en los meses de verano del año pasado, lo que en cifras absolutas supone 463.082 estancias más. La cifra de turistas alojados superó los 4,8 millones, creciendo un 6,7% respecto al mismo período de 2005, y la ocupación hotelera media rozó el 66%. ●



## Presenta su oferta turística a 400 profesionales de Castilla-La Mancha, Murcia y Valencia

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte presentó la oferta andaluza a 400 profesionales del sector turístico de las comunidades autónomas de Castilla-La Mancha, Valencia y la región de Murcia, dentro de las jornadas Andalucía en España".

La acción promocional se desarrolló entre los días 14 y 16 de noviembre.

Las ciudades seleccionadas para la celebración de las jornadas fueron Murcia, Alicante y Albacete. En cada una de ellas, se organizó un taller de trabajo donde los patronatos de



## Destino de compras, un atractivo para los turistas estadounidenses

Promover Madrid como el gran centro comercial urbano del sur de Europa y potenciar el turismo de compras de calidad en la ciudad es lo que persigue la nueva edición de otoño de "Shopping VIP Pack". La directora general de Turismo, Teresa Caramé, presentó este producto a touroperadores estadounidenses con sede en España, líneas aéreas con origen en Estados Unidos y agencias españolas de receptivo, además de a empresas y hoteles madrileños de cuatro y cinco estrellas relacionados con el mercado americano.

Así, Madrid se convierte en destino de compras entre los turistas procedentes de este importante mercado, con una oferta de más de 500 establecimientos.



La iniciativa, creada por la empresa *Madrid Shopping Tour* con la colaboración del Patronato de Turismo de Madrid, se enmarca dentro del Plan EE.UU, impulsado por el Área de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid para recuperar el turismo estadounidense. ●

## Paquetes turísticos

El Ayuntamiento también invita a touroperadores y agencias de viajes mayoristas a organizar paquetes turísticos de compras en Madrid para las próximas navidades, tal y como están haciendo ya algunos touroperadores madrileños. Estos paquete-

tes incluyen el "Shopping Vip-Pack", alojamiento, transporte y otros servicios, tales como excursiones a los alrededores de la capital o visitas a los museos, y se promoverán tanto a través de la guía de hoteles y servicios de compras como a través de la página web. ●

turismo y una veintena de empresarios andaluces estuvieron en contacto directo con agencias de viajes y touroperadores asistentes.

La delegación andaluza presentó la oferta turística de la región con incidencia en aquellos productos más

demandados por el turista nacional, como el sol y playa, el turismo cultural o la gastronomía. Este último segmento fue objeto de una atención especial con la celebración de una muestra gastronómica a base de productos típicos de la región. ●



## Galicia Se Mueve

**Una campaña de Turgalicia recuerda que, pese a los incendios, el Turismo gallego ofrece gran cantidad de atractivos**

**T**urgalicia-Dirección Xeral de Turismo desarrolla una campaña de promoción turística de Galicia con objeto de dinamiza el sector turístico, tras la ola de incendios forestales que registró la Comunidad gallega el pasado mes de agosto.

La anterior campaña, bajo el slogan *Galicia sí, es única* fue vista por más de 31 millones de personas, se han rodado nuevos planos para ilustrar una Galicia en la que la gente se divierte. De esta forma, la campaña trata de mitigar la mala imagen que se pueda haber vertido sobre valores turísticos estratégicos de Galicia, tales como la naturaleza y el paisaje.

En esta promoción turística se muestra que Galicia

sigue contando con un gran patrimonio natural, con paisajes espectaculares, y para ello se acude a imágenes metafóricas y emocionales que representan vida y naturaleza.

Además, se incide en la desestacionalización de la oferta turística y se centran los valores ofertados no tanto en la costa y en los elementos propios de la oferta estival, como en otros aspectos, entre ellos la cultura, el patrimonio y las ciudades.

**Turgalicia**, que transmite en esta campaña el mensaje de que *“si Galicia es un destino único es porque cuenta con una gente única”*. 

### Crecen un 13,2% las pernoctaciones en las rutas a Santiago

**E**l número de pernoctaciones en los caminos de Santiago a Galicia ha crecido un 13,2 por ciento entre enero y julio de este año en relación con el mismo período de 2005, al pasar de las 160.429 pernoctaciones en los siete primeros meses de 2005 a las 181.715 en el mismo período de este año. Por rutas, las pernoctaciones han crecido especialmente en los caminos Primitivo y Francés, que sigue siendo la vía con más movimiento de peregrinos –aporta el 81 por

ciento del total de caminantes que llegan a Santiago de Compostela-

Con el objetivo de incrementar la calidad de los servicios en los albergues de los caminos en Galicia y evitar la sobreocupación, la Consejería de Innovación e Industria prevé implantar en ellos un cobro de 3 euros. En temporada alta se buscarán alojamientos alternativos gratuitos para acoger a los peregrinos, como polideportivos o carpas habilitadas. 

## ALEMANIA

### Dresde celebra 800 años de historia

Esta emblemática metrópoli alemana, situada a la orilla del río Elba, celebra durante 2006 los 800 años de historia. La capital de Sajonia, que añade cada año como mínimo un nuevo monumento, se convierte así en lo que era hace siglos y vuelve a ser una de las ciudades más bellas de Europa. La silueta urbana de la ciudad está de nuevo completa desde finales del año pasado en que se inauguró la Frauenkirchem, el "San Pedro Protestante", la iglesia luterana arquitectónicamente más notoria de Alemania, una de las grandes joyas del arte barroco. Edificio recuperado con su majestuosa cúpula,

Constituye un impresionante símbolo de la reconciliación de los pueblos tras la Segunda Guerra Mundial, siendo la atracción turística más visitada en la actualidad y un importante centro de arte musical de la ciudad. **Dresde** dispone de

una moderna planta hotelera con 16.000 plazas y casi tres millones de pernотaciones en su mayoría turistas alemanes, con una estancia media de 2,5 días, ocupando el 6º lugar entre las ciudades más visitadas del país. En el centro histórico pueden admirarse innumerables edificios, palacios, fortificaciones y monumentos rodeados de bellos jardines. Con su sólo medio millón de habitantes, disfruta de una intensa vida artística y cultural pues cuenta con 37 museos, 38 teatros, 41 galerías de arte y un gran número de salas de conciertos, además de la conocida ópera de Semper. Uno de sus museos, el de la porcelana, se considera el más importante del mundo, siendo también digno de visitar el mercado más antiguo de artesanía navideña.

A mediados de septiembre se ha inaugurado la Historisches Grünes Gewölbe, la tesorería-museo mas



espectacular de Europa que sobre una superficie de 1.200 metros cuadrados, deslumbra con casi 3.000 obras de arte de incalculable valor, provenientes en su mayor parte de la colección de Augusto II, Elector de Sajonia y que sólo puede ser visitada por un máximo de 100 personas a la hora. Esta interesante presentación para promocionar el turismo español hacia la ciudad alemana, la ofreció en una

rueda de prensa Christoph Munich, director del departamento de R.P. de la Oficina de Promoción de Turismo de Dresde, que fue seguida de un magnífico concierto ofrecido por la Dresdner Philharmonie en el Auditorio Nacional de Música, a beneficio del "Proyecto Alzheimer" de la Fundación Reina Sofía que preside Su Majestad. 🎵

J.A.F.C



### El turismo crece más del 70% durante los últimos cinco años

*\* El año pasado el país recibió más de 8 millones de visitantes y se prevé que esta cifra se incremente anualmente un 10%*

En el año 2000, Egipto recibía 5 millones de turistas. Cinco años más tarde, en 2005, ya eran más de 8 millones, cifra que está prevista que crezca un 10% anual, lo que supondría que en 2014 visiten el país 16 millones de personas.

En estos momentos, y gracias a la multimillonaria inversión que ha hecho el gobierno en programas de turismo, nuevas infraestructuras, aeropuertos, Egipto tiene mucho que ofrecer.

De hecho, Egipto, gracias a sus increíbles playas y acantilados, su amplio abanico de actividades, sus hoteles de lujo y su atractiva vida nocturna, es una opción muy demandada.

#### Turismo de incentivos

Uno de los sectores de mayor auge en el país es el turismo de incentivos, aquel que ofrece al visitante toda una serie de actividades de ocio que hacen de su visita

un lugar para el descanso y el disfrute.

El desarrollo de nuevos centros hoteleros como el de Marsa Matruh en la costa Mediterránea y Marsa Alam, al sur de Hurgada en el mar Rojo, que se están convirtiendo en el nuevo sitio de moda de buceo de Egipto, ofrece nuevas experiencias.

Por otro lado, destacan los llamados spas o balnearios repartidos por todo el país.



Numerosos hoteles ofrecen cada vez más este servicio. También Egipto ofrece numerosos campos de golf, reconocidos por la PGA, que le convierten en uno de los destinos principales y preferidos por los aficionados a este deporte. 🏌️



## Samaná se abre al mundo con la inauguración del aeropuerto internacional el Catey

**E**l Aeropuerto Internacional El Catey (AIEC) se inauguró en Samaná el 1 de noviembre, marcando una nueva era en el turismo de la República Dominicana, ya que representa un enorme impulso para esta región del Noreste del país que pretende convertirse en nuevo referente turístico del Caribe.

El nuevo aeropuerto, en el que se han invertido 70 millones de dólares, dispone de una terminal de pasajeros de más de 9.000 metros cuadrados repartidos en dos niveles.

La longitud de la pista de vuelos de 3.000 metros, permitirá la salida y entrada de un promedio de 1.500 pasajeros a la hora. Además, su rampa de 45.000 metros cuadrados permitirá el estacionamiento de hasta 4 aviones al mismo tiempo. La decoración del aeropuerto se caracteriza por su arquitectura tropical y un hermoso estilo victoriano, característico de Samaná.

"Catey" tiene capacidad para operar aeronaves de gran tamaño como Boeing 747 y Airbus 340. 🌐



## Recibe 2,5 millones de turistas en los ocho primeros meses del año

*\* España se sitúa como el cuarto mercado emisor tras Estados Unidos, Canadá y Francia*

**E**n el periodo enero-agosto de 2006 la República Dominicana recibió 2.448.769 turistas, lo que significó 225.200 visitantes extranjeros más (incremento del 10,13%) que en los primeros ocho meses del año pasado.

La Directora de la Oficina de Turismo de la República Dominicana para España & Portugal, Aída Rosa Pezzotti,

destaca que "entre los mercados emisores donde se observa un mayor crecimiento se sitúa América del Norte, cuyos turistas representaron en este período el 50,71% del total y Europa, con un 40,69%; mientras que el 8,60% restante lo obtuvieron en conjunto América del Sur, América Central y El Caribe, Asia y el resto del mundo". La República Dominicana ingresa aproximadamente 3.000 millones de dólares al año procedentes del sector turístico y de esta cantidad, más de 22 millones se invierten en promoción. 🌐



## FRANCIA

### París y su región presentó su oferta en Madrid

**B**ajo el slogan: *¡París deslumbra, París crea el acontecimiento!* el pasado 4 de octubre se presentó en Madrid, en colaboración de la Maison de la France y el Comité Regional de Turismo París Ile-de-France, ante los medios de comunicación, haciendo la exposición de sus últimas inauguraciones como: el Museo de Arte Moderno de la Ciudad, el Museo del Quai Branly, el complejo acuático rive gauche, entre muchos más acontecimientos en este año.. Un capítulo importante son las compras, la moda está en plena ebullición, y las nuevas megas tiendas de Nike, Louis Vuitton, Lancel de los Campos Elíseos, son testigos..

El pasado año París alcanzó la cifra de 25 millones de visitantes, con 141 museos y sus numerosos monumentos, sus atractivos cautivan al viajero. Sus distintas fórmulas



de alojamiento, su hostelería económica, una de las menos caras de Europa, y su amplia restauración, hace que sea un destino muy asequible.

París cuenta con excelentes comunicaciones. Dos aeropuertos, seis estaciones internacionales, una buena red de metro y autobuses. Con 1.499 hoteles, la mayoría de dos y tres estrellas. Ciudad idónea para los congresos y reuniones de negocios, pues cuenta con 15 centros de congresos y exposiciones. 🌐

## CHILE

### El destino Aisen Patagonia Chile se presenta en España

**L**a región de Aisén, en el norte de la Patagonia chilena, presentó su oferta turística en Madrid. Esta región ubicada en el corazón de la Patagonia estuvo representada por Paula Roempler Marchant, Directora Regional de Turismo de Aisén, acompañada por una representación de los principales empresarios turísticos locales.

Una región donde la diversidad es la protagonista y donde es posible pasar de un paisaje típico de la pampa a fiordos y canales, recorriendo una amplia variedad

de bosques de altura, bosques de selva... naturaleza en estado puro.

Es posible practicar trekking en el parque natural de Queulat, en campos de hielo o en Cerro Castillo; hacer rafting en el río Baker, el más caudaloso de Chile; escalar en el Monte San Valentín; y visitar lugares de gran belleza como la zona típica de Caleta Tortel y sus construcciones y pasarelas hechas con ciprés, las pinturas rupestres de Cueva de las Manos, o simplemente recorrer la carretera Austral, toda ella rodeada de vistas de gran belleza. 🌐



## II edición del Premio de Periodismo Turístico

Por segundo año consecutivo, la Oficina de Turismo de Gibraltar ha convocado el Premio de Periodismo Turístico en España para periodistas que hayan publicado un reportaje sobre Gibraltar durante 2006 en prensa, radio, televisión o Internet. Este premio fue ideado hace un año para incentivar el creciente interés que la prensa española está mostrando por Gibraltar como destino turístico.

Con una dotación de 1.000€, viene a complementar el *Ed Lacy Gibraltar*

*Travel Award*, que es otorgado anualmente en el Reino Unido. La concesión de la versión española se realiza mediante votación de un jurado designado por Gibraltar Tourist Board, y el ganador será anunciado durante la Cena de Gala que la Oficina de Turismo de La Roca celebra cada año en la edición de la Feria Internacional de Turismo, Fitur. El premio y su placa conmemorativa son entregados por el Ministro de Turismo de Gibraltar, The Hon Joseph Holliday. ☺



## El Museo de Gibraltar mantiene su liderazgo entre los Museos del Mediterráneo

Una delegación del Museo de Gibraltar participó recientemente en un encuentro de la Asociación Mediterránea de Museos Marítimos (AMMM), que tuvo lugar en las ciudades de Piran (Eslovenia) y Venecia (Italia).

El encuentro en Venecia tuvo como sede el Astillero Naval, donde se desarrolló el tema de los arsenales. El profesor Finlayson expuso una descripción sobre la edificación del Astillero de Gibraltar, cuya construcción finalizó hace 100 años. Para ello utilizó documentos y fotografías del archivo del

Museo de Gibraltar, con las que ilustró el proceso de construcción. Francisco Giles ofreció una presentación sobre la excavación de las galeras de la casa medieval. Es especialmente destacable la buena acogida que la delegación gibraltareña y sus propuestas recibieron durante el encuentro. Esta iniciativa supone un paso más en el marketing y promoción del Patrimonio de Gibraltar, y ha servido para posicionar este destino como un activo de gran peso en el contexto de los países mediterráneos. ☺

Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) Septiembre de 2006

## El gasto total de los turistas extranjeros aumentó un 7,4% en el mes de septiembre

En septiembre de 2006 el gasto total de los turistas no residentes en España ascendió a 5.288 millones de euros, un 7,4% más que el realizado en 2005, según la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) que elabora el Instituto de Estudios Turísticos. El gasto medio diario del turista se incrementó un 3,2% hasta alcanzar los 94 euros, un crecimiento que también experimentó el gasto medio por persona, el cual se situó en 913 euros por turista (aumento del 2%). Por otro lado, su estancia media en España fue aproximadamente de 10 días, un 1,2% menor que en agosto de 2005.

En el total de los nueve primeros meses del año, el gasto total realizado por los turistas no residentes en España ascendió a 36.487 millones de euros, un 4% más que en el mismo período de 2005. El gasto medio por turista fue de 810 euros y el gasto medio diario de 85 euros. En este período los turistas permanecieron en España una media de 9 días. ☺

## PANAMÁ

### La ampliación del canal impulsará el turismo

La ampliación de la vía interoceánica que tiene previsto comenzar en el año 2007 y finalizar en el año 2014, prevé un incremento del flujo de turistas que podría llegar a duplicar el obtenido hasta el año 2006 y un incremento de 6.750 empleos directos y más de 35.000 empleos indirectos durante cinco o siete años.

La construcción del tercer juego de esclusas del canal de 80 kilómetros de largo se estima tendrá un costo de 5.200 millones de dólares y será financiado con parte de los peajes pagados por los usuarios de la vía además de las inversiones de grandes empresas.

Entre Enero y Agosto se registró la llegada de unos 753.590 visitantes, 100.000 más que en el mismo período

del año 2005, lo que supone un incremento del 14,9%.

Panamá está realizando una inversión de 1 millón de dólares para 53 nuevos proyectos de alojamiento para ampliar los 407 alojamientos con los que contaba hasta agosto del año anterior, 2005.

El sector cruceros está expectante con el incremento de turistas que se podría acoger en los próximos años. Para esta temporada 2006-2007 el país espera 207 barcos de lujo con 315.000 excursionistas a bordo a los que se les ofrece visitar el canal de Panamá así como la selva tropical alrededor de la vía acuática, el casco antiguo de la capital y comprar en centros comerciales con costos libres de impuestos. ☺



## Zaragoza, reconocida a nivel europeo, como Ciudad del Agua

**Z**aragoza ha recibido un premio sobre calidad turística en la Feria Internacional de Turismo que se ha celebrado en la ciudad suiza de Lugano del 29 de octubre al 1 de noviembre.

La labor desarrollada por Zaragoza en los últimos

años como Ciudad del Agua y como Destino Turístico de Calidad ha sido el motivo de este premio, que también han recibido otras ciudades europeas como Toledo, Santiago de Compostela, Évora, Baden bei Wien o Riga. Los criterios de selección de candidatos por parte de la organización de la Feria se han basado en la promoción turística que estas ciudades han realizado de su rico patrimonio histórico-artístico, combinado con servicios turísticos de calidad. ●



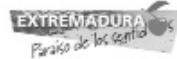
## Castellón destino Golf, el green más grande del mundo

**C**arlos Fabra, Presidente de la Diputación de Castellón y de la Mercantil Turcastellón, acompañado por Arcadio Gómez, Presidente del Consejo de Concesiones Aeroportuarias Castellón Costa Azahar, y Benjamín Atienza, Patrón de Relaciones Institucionales de la Fundación Astroc, presentaron en Madrid "Castellón Destino Golf, el green más grande del mundo".

Sociedad Turcastellón se constituyó inicialmente con un 100% de capital público. Conforme los proyectos han evolucionado, se han ido incorporando a la sociedad empresas privadas. Actualmente, la diputación de Castellón participa en un 7%, estando el resto en manos privadas.

La diputación ha aportado por la promoción de Castellón destino golf, y pretende que Castellón sea un referente a nivel europeo en turismo de calidad y golf. A ello contribuye la viabilidad del proyecto del aeropuerto de Castellón.

El crecimiento de la oferta de turismo de golf en Castellón comienza a mostrar su realidad, pasando de tres campos iniciales, en muy pocos años a 16 nuevos proyectos. ●



## El Expotren de Extremadura visitó una veintena de ciudades españolas

**D**esde el 15 de septiembre hasta el 17 de octubre el Expotren de Extremadura viajó por un total de 21 ciudades españolas. Para dar a conocer la nueva posición que ocupa esta Comunidad en la realidad autonómica española.

Desde la Junta de Extremadura se ha puesto en marcha el programa Marca Extremadura, un programa integral de comunicación que tiene como objetivo reposicionar a la Comunidad y dar a conocer su realidad presente

y sus grandes perspectivas de futuro.

El Expotren tras salir de Salamanca, visitó las ciudades de Valladolid, León, La Coruña, Vigo, Oviedo, Santander, Bilbao, Logroño, Pamplona, Zaragoza, Lérida, Tarragona, Castellón, Valencia, Alicante, Ciudad Real, Córdoba, Sevilla, Madrid y finalizando en Cáceres.

La exposición, informativa y muy amena, cuida especialmente el apartado audiovisual y busca en todo momento la interacción con los visitantes. ●

## "Cartagena puerto de culturas" incrementa el número de visitas

**E**l consorcio "Cartagena Puerto de Culturas" ha conseguido un incremento del 3% en el número de visitas durante los meses de verano. Las instalaciones más visitadas en esta temporada han sido el catamarán turístico, que recorre la bahía de Cartagena, el ascensor panorámico, el Castillo de la Concepción, con el Centro de Interpretación de la Historia de Cartagena, y el Centro de Interpretación de la Muralla

Púnica.

Este año los centros romanos, como la Casa de la Fortuna, el Augusteum y el Decumano, han visto como se incrementaban sus visitas notablemente por la labor de promoción de la ciudad cartagenera y gracias a las visitas teatralizadas en las que el General Publio Cornelio Escipión, como personaje histórico, acompaña al visitante ofreciendo una visión de la Cartagena Romana única. ●

## Patronato de Turismo de Almuñecar Jornadas sobre Turismo de Incentivos y Reuniones en Madrid

**E**l Patronato Municipal de Turismo de Almuñecar participó en Madrid en un "work shop" dedicado al turismo de eventos, incentivos y reuniones en colaboración con el ente provincial de Turismo.

Al evento participaron el concejal de Turismo, Emilio González y el responsable de promoción Felipe Puertas, los

establecimientos victoria Playa, Helios Bahía y Almuñecar Playa y Playacálida.

El encuentro se desarrolló en el hotel Puerta de América y al mismo fueron invitados agentes de viajes especializados en incentivos y reuniones y donde pudieron conocer "in situ" la oferta hotelera y turística actualizada. ●

**MARC LANNOY**  
**Nuevo director general de The Westin Palace Hotel, Madrid**



**Marc Lannoy** ha sido nombrado Director General del Hotel The Westin Palace, Madrid.

Hotelerero de 3ª generación por tradición y por vocación, inició su carrera en el Hotel Du Damier, en Bélgica, propiedad de su familia, uno de los hoteles más emblemáticos del país.

A los 21 años emprendió su carrera a nivel internacional, que inicia como auxiliar de recepción en el Hotel Sheraton de Bruselas, más tarde en este mismo hotel es promocionado al Dpto. de Alimentación y Bebidas.

Años después, ocupó la posición de Director de Alimentación y Bebidas en el Sheraton Djibouti en África y María Isabel Sheraton Hotel en México DF, Director Residente del Sheraton Cancún Resort & Towers, Director General del Sheraton Acapulco, Director General en Sheraton Casablanca, Sheraton Amsterdam Airport Hotel, Pulitzer Hotel también en Amsterdam y Westin Róterdam, a Director de Área para las Islas Canarias, Director General del Hotel Mencey en Santa Cruz de Tenerife y el nuevo Sheraton La Caleta Resort & Spa en Costa Adeje, Tenerife.

Se ocupó también de coordinar las aperturas del Sheraton Fuerteventura y Sheraton Salobre en las Palmas de Gran Canaria.

**STEPHAN SEMSCH**  
**Nuevo Director General de Lufthansa para España y Portugal**



**Stephan Semsch** ha sido nombrado Director General de Lufthansa para España y Portugal. Sustituye en el cargo a Paulo A. Yoshikawa.

La trayectoria de **Stephan Semsch** en Lufthansa comienza en 1994, cuando es nombrado Director de Marketing para Latinoamérica y Caribe con sede en Miami (EE.UU.). En 1999 se traslada a Tel Aviv como Director General de Lufthansa para Israel.

Desde marzo de 2003, **Stephan Semsch** ha desempeñado sus funciones en Budapest como Director Regional para Europa Central y del Este, siendo responsable de las actividades de Lufthansa en 14 países europeos.

**Stephan Semsch** es Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de Delaware (Newark, Delaware, EE.UU.) y obtuvo el MBA en Dirección Internacional por Thunderbird-The Garvin School of International Management (Glendale, Arizona, EE.UU.) De 1989 a 1991 realizó, además, con Lufthansa en Nueva York el programa de formación como International Airline Professional (IAP).

**MATS JANSSON**  
**Nuevo Presidente y Consejero delegado del grupo SAS**



**Mats Jansson** es el nuevo Presidente y Consejero Delegado del Grupo SAS.

**Mats Jansson**, ha sido anteriormente presidente y consejero delegado del gigante nórdico de consumo y distribución Axel Johnson AB.

"**Mats Jansson**, durante doce años, ha sido presidente y consejero delegado de grandes compañías con un alto volumen de operaciones tanto a nivel nórdico como internacional, incluyendo Catena/Bilia y Fazer and Axfood", con una amplia experiencia tanto en el sector de consumo como en

business-to-business, sectores que se caracterizan por operar en sectores de cambio constante.

**NICHOLAS GUERRERO**  
**Nuevo director de Gibraltar Tourist Board**



Gibraltar Tourist Board ha nombrado a **Nicholas Guerrero** nuevo director. **Nicholas Guerrero**, nacido en Gibraltar hace 39 años, es licenciado en Dirección de Hostelería por la británica Universidad de Brighton. **Guerrero** cuenta con una larga experiencia en Gibraltar Tourist Board, oficina a la que se incorporó en 1997 como responsable de Producto hasta 2004, fecha en la que pasó a desempeñar el cargo de director de Ventas y Marketing.

**ALEJANDRO HUERGO LUZ**  
**Director de Marketing y Desarrollo de Producto de Servicios de Mercancía y Logística de RENFE**



**Alejandro Huergo Luz** ha sido nombrado Director de Marketing y Desarrollo de Producto en la Dirección Ejecutiva de Servicios de Mercancías y Logística de Renfe.

**Alejandro Huergo**, había desempeñado hasta el momento el puesto de Responsable de Compras, Logística y Transportes para el Sur de

Europa del grupo Arcelor.

Anteriormente ha ocupado diversos cargos de responsabilidad dentro del área comercial en Sollac. Es Licenciado en Ciencias Empresariales y ha completado su formación con un curso de postgrado de Estudios Europeos por la École Supérieure de Commerce Extérieur de París.

**ELENA VALCARCE**  
**Directora comercial de Segitur**



**Elena Valcarce** ha sido nombrada directora comercial de la Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística, S.A. (Segitur), donde, entre otras funciones se encargará de gestionar el apoyo a la comercialización online de las empresas turísticas.

**Valcarce**, nacida en León en 1972 y diplomada en Empresa y Actividades Turísticas, tiene una amplia experiencia en el sector turístico, especialmente en alojamientos.

Ha sido directora comercial de marketing de la cadena Rafael Hoteles y directora comercial y de marketing de Hotel Gran Meliá Fénix de Madrid. Asimismo, ha sido miembro de la Junta Rectora del Patronato de Turismo de Madrid.

**JEAN-CHARLES ODELÉ-GRUAU**  
**Director de IATA en España y Portugal**

**Jean-Charles Odelé-Gruau**, ha sido nombrado Director de IATA en España y Portugal.

**Jean-Charles** lleva más de 11 años en el sector aéreo, tanto en compañía aérea como en agencia, y más de 3 años trabajando con IATA, como Director de CASS para España y Portugal.

**VÍCTOR MANUEL BAÑARES YÉBENES**  
Nombrado director de  
Distribución y Servicios  
Comerciales de Alta Velocidad-  
Larga Distancia de Renfe



**Víctor Manuel Bañares Yébenes**, es el nuevo Director de Distribución y Servicios Comerciales en la Dirección General de Servicios de Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe Operadora.

**Víctor Manuel Bañares Yébenes**, es Licenciado en Ciencias de la Información con especialidad de Publicidad y Máster en Dirección Estratégica de la Empresa en Sonnenfeld-Instituto de Empresa. Ha sido Director Comercial en Vueling Airlines. Anteriormente fue Director de Marketing y Ventas en Air Europa y Delegado en Zona Norte en Iberia Regional Air Nostrum.

**JEAN-FRANÇOIS GIRAULT**  
Nuevo director de Sofitel  
Madrid Campo de las Naciones



Sofitel, ha nombrado a **Jean-François Girault** director de su establecimiento Sofitel Madrid Campo de las Naciones.

**Jean-François Girault**, ha desarrollado toda su carrera profesional en el sector hotelero, y cuenta con una larga y profunda experiencia en diferentes cargos directivos.

Durante cuatro años (Abril 00-Mayo 04) fue Resident Manager en el cinco estrellas Le Méridien Cancún Resort&Spa, y ha realizado una exitosa trayectoria en reputados hoteles de máxima categoría, en diferentes partes del mundo, especialmente en América Latina.

Su último trabajo antes de incorporarse al Sofitel Madrid Campo de las Naciones, fue el de director general en el Hotel Quinta Real Villahermosa, en Villahermosa, Tabasco, Méjico, en el que además estuvo encargado de todo el proceso de apertura.

**CARLOS RAMÓN CAMPOS**  
Nuevo director del hotel High  
Tech Nueva Castellana

**Carlos Ramón Campos** afronta la dirección del High Tech Nueva Castellana con una gran experiencia directiva a sus espaldas. Comenzó su andadura profesional en el año 1987 al frente de la recepción del Hotel Villa de Madrid. El nuevo director ya trabajó además en diversos hoteles de la cadena Tryp Hoteles, así como en el Hotel Meliá Avenida América.

**JOSÉ LUIS BARROSO**  
Nuevo Director de los dos  
hoteles que High Tech tiene  
en Sevilla



**José Luis Barroso** nuevo director del Petit Palace Marqués de Santa Ana y del Petit Palace Santa Cruz de cadena High Tech en la capital andaluza.

El nuevo director tiene más de ocho años de experiencia en el sector hotelero. Inició su carrera profesional en el departamento de contabilidad del Hotel Tryp Colón. Además, ha trabajado como subdirector en varios hoteles de la cadena Tryp Hoteles, así como en el Hotel Gran Meliá Salinas.

**JAVIER SANCHO**  
Nuevo director Comercial y  
de Marketing de Confortel  
Hoteles



**Javier Sancho** ha sido nombrado nuevo director Comercial y de Marketing de la cadena Confortel Hoteles.

Licenciado en Psicología, **Sancho** ha cursado un Master en Dirección de Empresas y otro en Dirección de Empresas Turísticas, ambos en la Universidad Politécnica de Madrid. Durante los últimos cuatro años ha ejercido como director comercial del grupo Accor Hoteles; antes, su carrera profesional se desarrolló en Estados Unidos como director general comercial de Juliataours.

**ROSANA SANCHIDRIÁN POSE**  
Nueva Directora de Marketing  
de AC Hotels



**Rosana Sanchidrián Pose** ha sido nombrada directora de Marketing de la cadena AC Hotels. **Rosana Sanchidrián Pose**, es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad San Pablo CEU con especialización en Financiación.

Desde el año 2001, la trayectoria profesional de **Rosana Sanchidrián** ha estado ligada a AC Hotels, cuando se incorporó en el departamento de Expansión Internacional de la cadena. Posteriormente, y durante cuatro años, pasó al departamento

Comercial de AC Hotels como Responsable de Red de Ventas. Desde enero de 2006 desempeñó puestos de dirección de hotel apoyando al departamento de Explotación, hasta su actual nombramiento como Directora de Marketing.

**FAREHK JAHANGIR**  
Nuevo director internacional  
de ventas para Europa,  
Oriente Medio y África de  
Delta Air Lines

Delta Air Lines ha nombrado a **Farehk Jahangir** para ocupar el cargo de vicepresidente de ventas y asuntos comerciales para Europa, Oriente Medio y África. **Jahangir** prestará su apoyo en la organización de ventas internacionales de Delta y supervisará la zona atlántica y su red de rutas en expansión en Europa, África y Oriente Medio. **Jahangir** trabajará desde las oficinas de la zona atlántica de Delta en el oeste de Londres.

**Jahangir** trabajó para Virgin Holidays en Londres, Antes de Virgin ocupó el cargo de director comercial en eBookers PLC, la agencia de viajes online.

**ANGEL GALLEGO**  
Director para Europa  
Occidental de Amadeus

Amadeus, ha nombrado a Ángel Gallego como nuevo Western Europe Director.

**Gallego** sustituye a Paúl de Villiers, quien recientemente pasó a ocupar el cargo de director general de Savia Amadeus, la filial de Amadeus en España.

Anteriormente, ocupaba el cargo de Director, Latín América, donde ha dirigido la creación, la implantación y el desarrollo de la estrategia de negocio de Amadeus en esta región.

**Gallego** se incorporó a Amadeus en 2000 desde American Express, donde fue Strategic Market Manager y Senior Marketing Executive, gestionando actividades en toda Europa. Es licenciado en Derecho por la Universidad de Madrid en 1992 y posee un MBA por la Escuela de Organización Industrial (EOI).

## Últimos nombramientos en Rafaelhoteles

Rafaelhoteles ha nombrado a **Carmen Goizueta** Directora de uno de los nuevos establecimientos de la cadena, Rafaelhoteles Orense, ubicado en pleno centro financiero de Madrid.

Llega a Rafaelhoteles Orense tras más de 8 años en la cadena, donde ha pasado por distintos puestos de responsabilidad hasta ser Directora de Rafaelhoteles Ventas, labor que ha desempeñado hasta la fecha actual.

Por otro lado, el puesto que deja Carmen ha sido cubierto por **Silvia Palazuolos** que se ha incorporado a la plantilla como Directora de Rafaelhoteles Ventas. Técnico Superior en Empresas y Actividades Turísticas y posee un Curso Superior sobre Gerencia y Dirección Hotelera por la Universidad Politécnica de Madrid, así como diversos cursos sobre el sector hotelero. Ha ejercido como Directora en varios hoteles de la cadena Green Hoteles, así como otros puestos de responsabilidad en cadenas nacionales.

**Belén Baglietto** ha sido nombrada Directora de Rafaelhoteles Madrid Norte, establecimiento de reciente apertura, localizado en la extensión del Paseo de la Castellana. Cuenta con una amplia experiencia en el sector hotelero, durante los últimos 6 años ha formado parte del equipo de Rafaelhoteles, en un principio como Subdirectora de Rafaelhoteles Atocha y posteriormente como Directora de Rafaelhoteles Pirámides durante 5 años. Anteriormente ha dirigido hoteles de distintas cadenas.

**Esther Santamaría** que hasta el momento ocupaba el cargo de Subdirectora de Rafaelhoteles Atocha, ha sido nombrada Directora de Rafaelhoteles Pirámides. En sus 11 años de experiencia en el sector hotelero, ha formado parte de diversas cadenas nacionales ocupando puestos de responsabilidad.

Ha sido nombrada directora del reciente Rafaelhoteles Casanova, **Leyre García-Araoz**. Cursó estudios de Hostelería y Turismo por la escuela de Sant Pol de Mar y posee un master de marketing por la escuela de negocios EADA. Se unió a la plantilla de Rafaelhoteles hace 6 años como Directora de Rafaelhoteles Diagonal Port, puesto que ha ocupado hasta la actualidad. Anteriormente ha formado parte de cadenas nacionales e internacionales.

**Yago Camps**, ha sido nombrado Director de Rafaelhoteles Diagonal Port, **Yago** cursó lo estudios de Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona, es Diplomado en Administración de empresas turísticas y posee un postgrado en Gestión Hotelera por esta misma universidad. Se incorporó hace 5 años a Rafaelhoteles, uniéndose al proyecto del primer hotel de la cadena en Barcelona como Jefe de Recepción cargo que ha ocupado hasta el momento.

**Mª Jesús Calderón** se ha incorporado a Rafaelhoteles como Directora Comercial Zona Centro. Es Diplomada en T.E.A.T por la E.O.T y cuenta con un Master en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa. Cuenta con una dilatada experiencia en el sector hotelero donde ha formado parte de diversas cadenas nacionales ocupando puestos de responsabilidad.

## DANIEL GAMBARTE Nombrado nuevo director comercial del hotel Crowne Plaza Estepona-Costa del Sol



**Daniel Gambarte**, ha sido nombrado nuevo Director Comercial del hotel Crowne Plaza Estepona-Costa del Sol. Hasta la fecha, era director Comercial Adjunto del hotel Holiday Inn de Madrid.

**Daniel Gambarte** es licenciado con honores en Administración de Hoteles por la Universidad de Nevada (Las Vegas) y en Dirección de Hoteles por la Escuela Hotelera "Les Roches" en Suiza.

Su trayectoria profesional ha estado vinculada al grupo Intercontinental Hotels Group, donde comenzó su carrera profesional en el hotel Intercontinental de Ginebra. Trabajó en Walt Disney World Co y en el 100th U.S Open Golf. En AC hoteles como responsable de Contratación Internacional hasta su incorporación en el año 2004 al hotel Holiday Inn de Madrid.

## JOSE MANUEL CASTELAO COSTA Nuevo Presidente de Pousadas de Portugal

**José Manuel Castelao Costa** asume la presidencia del Grupo Pestana Pousadas (GPP), empresa gestora de Pousadas de Portugal, a partir del 1 de Enero de 2007. Esta decisión resulta de una reestructuración al crearse la nueva "Área de Proyectos y Desarrollo" que tendrá como Administrador al Presidente saliente José Roquette. Con 57 años, y tras doce años ligado al Fondo de Turismo, **Castelao Costa** asume también la Presidencia de las Áreas de los hoteles del Centro (Palace, Sintra, Cascáis y Porto) del Grupo Pestana.

**Castelao Costa** prevé mantener el plan de crecimiento actual, que prevé más de 150-200 nuevas habitaciones en tres años a través de la concretización de nuevos proyectos, y más de 50-100 habitaciones adicionales como resultado del redimensionamiento de algunas unidades.

Otro vector a desarrollar, será la expansión internacional pendiente de la aprobación del Gobierno que se traduciría en la apertura de entre 200 y 300 nuevas habitaciones en un plazo de 5 años.

## BASIL H. SMITH Director de la Oficina de Turismo de Jamaica

**Basil H. Smith** ha sido nombrado



director de la Oficina de Turismo de Jamaica (JTB).

**Smith**, de nacionalidad jamaicana, aporta una dilatada experiencia en el sector del turismo y el marketing. Anteriormente ocupó el cargo de subdirector de la JTB entre 1995 y 1997. Entre 1997 y 1999 ocupó el cargo de director gerente de la agencia de relaciones públicas Creativo Projects Ltd. en Jamaica. Entre 2001 y 2003 fue

vicepresidente ejecutivo de la Asociación de Hoteles de Bahamas. Hasta su nombramiento como director de la JTB ha ocupado el cargo de director sénior de comunicaciones internacionales del Ministerio de Turismo de Bahamas.

En el curso de su trayectoria profesional **Smith** también ha ocupado los cargos de socio y vicepresidente sénior de The Counsellors Ltd., la agencia de marketing líder en Bahamas, trabajó como asesor especial del Ministro de Turismo de Bahamas, así como para el Servicio de Información de Jamaica, el organismo de radiodifusión Jamaica Broadcasting Corporation y la agencia de noticias Bahamas News Bureau.

## JESÚS MENÉNDEZ Nuevo Director de Marketing y Ventas de Amura Hoteles



**Jesús Menéndez** ha sido nombrado nuevo Director de Marketing y Ventas de Amura Hoteles.

Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, con un Diploma del Curso Superior de Gerencia y Dirección Hotelera por la Universidad Politécnica de Madrid. Licenciado en Geografía y Cartografía y en Filología Francesa por la University College Cork (Irlanda), Postgrado en Información Turística por la Escuela Oficial de Turismo de Madrid y con varios cursos en su haber como el de Formación de Jóvenes Empresarios Hoteleros, el de Informadores Turísticos o el de Creación de Empresas.

**Jesús Menéndez** ha ocupado importantes cargos en empresas de gran relevancia dentro del Sector Turístico nacional; Director de Marketing y Ventas de la Cadena Partner Hotels y, de la mayorista de hoteles de lujo Selectta Hotels & Resorts, Director Comercial y de Ventas de la cadena Hoteles Center y Director General del Hotel Le Sereno, en las Antillas Francesas.



## Los Pretours de Fitur Congresos 2007 mostrarán el potencial de España como destino de Reuniones y Congresos

**F**itur Congresos, Salón de Reuniones y Viajes de Incentivos, que tendrá lugar los días 29 y 30 de enero de 2007 en Feria de Madrid, ha preparado, con la colaboración de *Turespaña*, el *Spain Convention Bureau*, el *Patronato de Turismo de Madrid-Madrid Convention Bureau* y el *Consortio Turístico de Madrid*, un amplio programa de actividades, viajes de familiarización -*Pretours*-, visitas guiadas y actos sociales destinado a los compradores extranjeros invitados para la ocasión. Dicho programa servirá de complemento ideal a la actividad comercial y las entre-

vistas personalizadas que llevarán a cabo los más de 200 compradores internacionales, y los 150 vendedores españoles presentes en esta importante cita dedicada al turismo de negocios.

Así, los días previos a la celebración de **Fitur Congresos 2007**, desde el viernes 26 hasta el domingo 28 de enero, se realizarán los tradicionales *Pretours*. Viajes de familiarización para mostrar la oferta congresual y de incentivos de las distintas Comunidades Autónomas de España. En esta ocasión, el *Programa Pretours* incluye 9 itinerarios diferentes entre los que el comprador tendrá la opción

de elegir: Asturias, Bilbao, Cantabria, Castilla y León, Girona, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, y Madrid, la ciudad anfitriona del evento.

El *Patronato de Turismo de Madrid-Madrid Convention Bureau* y el *Consortio Turístico de Madrid*, han preparado una serie de visitas guiadas por la capital y su entorno. De esta manera los compradores internacionales podrán conocer la variada oferta turística de la Región. En esta ocasión, el recorrido les llevará hasta Aranjuez; Chinchón y al Estadio Santiago Bernabéu, campo de fútbol del Real Madrid, y espacio preparado para albergar reuniones. ●

## EXPONATUR 2006

### Confirma su atractivo para los amantes de la naturaleza y la aventura

**E**xponatur, ha cumplido su objetivo en la que ha sido su primera edición: establecer un punto de encuentro atractivo y dinámico para los amantes de la naturaleza en su vertiente turística y deportiva de toda la zona norte.

Durante los días 27 a 29 de octubre, un total de 10.266 aficionados al ocio y deporte alternativos al aire libre se acercaron al pabellón número 2 de Bilbao Exhibition Centre para conocer y disfrutar las propuestas de más de un centenar de empresas.

Organizada por Bilbao Exhibition Centre y patrocinada por Bilbao Bizkaia Kutxa y la Diputación Foral de Bizkaia, **Exponatur 2006** ha contado con la participación de un conjunto de 105 empresas y entidades expositoras, entre las

que se hallaban asociaciones estatales como ATUDEM (Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña), ACEM (Asociación Catalana Estaciones de Esquí y Actividades de

Montaña), Nieve de Aragón, el grupo de firmas y federaciones auspiciadas por la Diputación Foral de Bizkaia y la propia entidad bancaria con un espacio dedicado, entre otros, a conferencias y presentaciones de grandes aventuras.

Agencias de viaje de aventura, empresas de deportes de aventura, equipamiento textil, calzado y complementos, accesorios e instrumentación y material variado para todo tipo de actividades, alojamientos rurales, hoteles, oficinas de turismo y patronatos completaba la exposición. ●

## EXPOTURAL

### Reunió a más de 35.000 visitantes, en su 12ª edición

**E**xpotural, la 12ª Feria Nacional del Turismo y el Desarrollo Rural, concluye con un notable éxito de público visitante, y una destacada participación de profesionales del Sector Turístico, después de tres días en el Pabellón de Cristal del Recinto Ferial de la Casa de Campo de Madrid.

Ha recibido más de 35.000 visitantes y han participado aproximadamente 300 expositores y co-expositores, todos relacionados con el Turismo Rural y los deportes de naturaleza y aventura. Han participado en la muestra un total de 15 Comunidades Autónomas. Los visitantes han podido disfrutar de varias Áreas de Actividades para adultos y

## TIERRA ADENTRO VI Edición

**L**a VI edición de la Feria de Turismo de Interior de Andalucía "Tierra Adentro", que se celebró en Jaén los pasados 5 y 8 de octubre, reforzó su apuesta por la profesionalización y reunió a un total de 204 entidades del sector, casi un 38% más que el año anterior.

Contó con un presupuesto de 625.000 euros financiados íntegramente por la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía y se dieron cita distintas cadenas hoteleras, empresas de promoción, alojamiento, restauración, de ocio y de turismo activo, además de representantes de seis comunidades autónomas españolas, patronatos provinciales, ayuntamientos, mancomunidades, grupos de desarrollo rural y otras instituciones.

Como novedad este año, el Tren Turístico "Tierra Adentro" trasladó a los pasajeros desde Jaén capital hasta el recinto ferial y llevaba un grupo de animación repartiendo el programa de actividades. ●

niños; además del Salón de Gastronomía y Artesanía.

Con respecto a la novedad de la feria, el Área de Contratación On-line, ha sido un completo éxito de participación y negocio. Llegando a la nada desdeñable cifra de 10.000 pernoctaciones vendidas (persona/noche).

La Bolsa de Contratación que se celebró en el Salón de Actos del Pabellón de Cristal, ha generado más de 4.000 contactos profesionales. A las Jornadas Técnicas, han asistido un total de 200 profesionales del Sector. ●



## Cerró sus puertas con la participación de 672 firmas expositoras y 16.353 visitantes

El XV Salón de Turismo, Deportes y Desarrollo Rural, **Turisport 2006**, que se celebró del 19 al 22 de octubre en el recinto Feira Internacional de Galicia, contó con la participación de 672 firmas expositoras y una superfi-

cie de 22.500 m<sup>2</sup>. Inaugurado por el Conselleiro de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia, Fernando X. Blanco Álvarez, El certamen cerró sus puertas tras ser visitado por 16.353 personas.

**Turisport** se centró en esta

edición en fomentar el turismo de calidad y desestacionalizado en el noroeste peninsular a través de la potenciación de subsectores relacionados con el entorno rural y la naturaleza, como el turismo gastronómico y enoturismo, el turismo cultural y el rural, además de los deportes al aire libre.

En esta edición, el Salón estuvo marcado por una fuerte presencia internacional, y a la participación de Bangladesh, Venezuela, Bulgaria, Portugal o Egipto, hay que sumar la de los 15 touroperadores procedentes de 7 países extranjeros que participaron en los Encuentros Internacionales de Negocio **Turisport**.



## ESQUI Y MONTAÑA'06

### XXI Edición de "Esquí y Montaña"

Los objetivos de esta Feria es valorar los aspectos administrativos y funcionales dentro de la selección y detección de talentos en el esquí alpino; Acercar la evolución de la

montaña en todo su auge hasta la actualidad, para reconocer su evolución y como este acceso está variando el sentido del deporte de montaña; Conocer el espíritu de la montaña según

puntos de vista distintos de esta disciplina deportiva que esta teniendo cada vez más adeptos; Analizar la evolución del montañismo hasta nuestros días de aquellas personas que hoy lo están viviendo.

Esta edición se celebró del 3 al 5 de noviembre.

## Workshop: Alemania & Austria 2006

Bilbao, Madrid y Barcelona fueron las ciudades elegidas para la celebración del Workshop: Alemania y Austria 2006, organizado por la Oficina Nacional Alemana de Turismo y la Oficina Nacional Austriaca del Turismo. En colaboración con Lufthansa, Líneas Aéreas Alemanas, Spanair, Austrian Airlines, NH Hoteles, SkyEurope y DB Ferrocarriles Alemanes.

Más de 600 compradores asistieron a los tres eventos celebrados en el Hotel Ercilla

de Bilbao, Hotel Husa Princesa en Madrid y La Fontana de l'Eixample de Barcelona los pasados días 23, 24 y 26 de octubre, representando a las más importantes mayoristas, agencias de viajes y medios de comunicación de España y Portugal.

Harald Henning, Director de la Oficina Nacional Alemana de Turismo para España y Portugal, ha señalado que en el año 2007 el gran tema de promoción para el Turismo alemán es el "Arte y la Cultura", situando a Alemania

como destino cultural puntero a través de museos y exposiciones.

Blanca Trauttmansdorff, Directora de la Oficina Nacional Austriaca del Turismo para España y Portugal, apuntó que el tema básico de la promoción y marketing de Austria para el año 2007 serán sus tres valores: la Austria auténtica, la Austria culta y la Austria intensa.

## SITC'07 Salón Internacional del Turismo de Barcelona

La XVI<sup>a</sup> edición del Salón Internacional del Turismo y Ocio en Cataluña, se celebrará del 19 al 22 de Abril de 2007 en Barcelona.

El **Salón del Turismo y Ocio de Cataluña** es una plataforma única para potenciar la industria turística ya que cuenta con el gran potencial viajero del público catalán.

Los resultados de la pasada edición, avalan la buena marcha del salón: Más de 1.500 expositores; más de 204.000 visitantes, más de 50.000 m<sup>2</sup> de superficie y 73 Países y todas las Comunidades Autónomas.

Esta XVI edición se celebrará con más actividades y novedades tanto en el ámbito de visitantes profesionales como del público en general, e incorporará el nuevo sector del Turismo de Ocio.

El Workshop estuvo estructurado en desayunos de prensa, Workshop y cenas de gala.



# TurisEm

turismo de empresa

congresos / convenciones / incentivos / hoteles

**MELIÁ**  
HOTELS & RESORTS

## Se reinventa

*\* Para celebrar el 50 aniversario de Sol Meliá la marca Meliá se reinventa fruto de una profunda investigación para adaptarse a las necesidades del cliente actual*

**M**eliá, se renueva. Este cambio se ve reflejado no sólo en una nueva imagen corporativa sino sobre todo en sus atributos, que tendrán más energía. Es la conclusión de un profundo estudio llevado a cabo por su departamento de I+D+i en el que se han

analizado las necesidades de los clientes y las tendencias del sector.

El logotipo de **Meliá** se estiliza contagiado de un marcado espíritu latino. La antigua tilde de la "a" serpentea en forma de virgulilla como uno de los símbolos de la exclusiva eñe española. ☺

**HC**  
**CH**

HOTELS CENTER

## Presenta su nuevo directorio

**H**oteles Center, cadena española del Grupo Nogas, ha presentado su nuevo Directorio Corporativo, una completa y sorprendente guía que, en más de 100 páginas a todo color, y de forma bilingüe, muestra cada uno de sus hoteles urbanos aportando a sus clientes todo tipo de detalles, datos de utilidad, referencias sobre el destino e imágenes y mapas que

logran definir, fielmente, cada ubicación.

La guía ofrece una completa información de sus 8 hoteles, los cuales se ubican en: Barcelona (Barcelona Center y Casa Fuster), Valencia (Valencia Center), Sevilla (Sevilla Center), Córdoba (Córdoba Center), Granada (Granada Center y Andalucía Center) y Badajoz (Badajoz Center) suponiendo un total de 1.190 habitaciones. ☺

**GLOBALIA**  
HOTELS & RESORTS

## Relanzamiento hotelero en marcha

**P**rácticamente un año después de su Plan de la División Hotelera, **Globalia** informa que la expectativa actual de operación al cierre del ejercicio 2006 supone contar con 11.000 habitaciones en operación, que suman más de 22.000 camas situadas en España (Mallorca, Islas Canarias y Península), Túnez, Marruecos, México, República Dominicana y Cuba.

Este espectacular desarrollo se basa en la aportación de diversos establecimientos al portafolio de la División Hotelera durante el año 2006, entre ellos la alianza con Fadesa, y la firma de tres acuerdos estratégicos de muy reciente negociación. Dichos acuerdos suponen la incorporación, antes de Diciembre del 2006, de 19 hoteles más en operación:

El primer y más importante acuerdo es la asociación estratégica con el *Grupo Hotelero Oasis*, con la explotación por parte del Grupo **Globalia** de diez hoteles en el Caribe Mejicano y los tres hoteles que opera en el Levante y Sur de España,

con un total 4.800 habitaciones y alrededor de 10.000 camas.

El segundo acuerdo es la incorporación de tres hoteles en República Dominicana, un acuerdo de gestión con la Cadena *Coral Hotels*. Dichos hoteles están situados en polos turísticos del país caribeño y totalizan 1.462 habitaciones y algo más de 3.000 camas.

El tercer acuerdo, es la contratación en gestión de tres hoteles en la Isla de Cuba, suscritos con la cadena cubana *Gaviota* y suponen la incorporación a la Cadena Hotelera de **Globalia** de 1.127 habitaciones y alrededor de 2.500 camas en los destinos de La Habana, Varadero y Cayo Coco en Cuba. ☺



## Nuevas Guías 2006-2007

**SOFITEL**  
ACCOR HOTELS & RESORTS

*Una edición que renueva la tradición de las guías de hoteles*

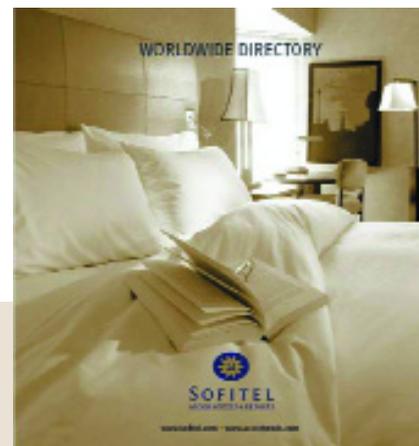
**S**ofitel, la marca de prestigio de los hoteles **Accor**, realiza una gran innovación en 2006 al cambiar radicalmente la presentación de su Guía de

Hoteles, para ofrecer, tanto a los viajeros como a los agentes de viajes, un soporte de comunicación totalmente renovado.

La nueva Guía se articula

alrededor de tres soportes diferentes y complementarios:

Un folleto "*Sofitel en imágenes*"; una guía informativa reagrupando las informacio-



nes técnicas sobre los hoteles y un vínculo optimizado con la web [www.sofitel.com](http://www.sofitel.com). ☺



## ME MADRID REINA VICTORIA El primer hotel "ME by Meliá" abre sus puertas en Madrid

- \* El emblemático Hotel Reina Victoria de la plaza de Santa Ana de Madrid se convierte en el primer establecimiento de la marca ME by Meliá
- \* ME Madrid Reina Victoria ofrece a sus clientes una experiencia única que combina pasión por el servicio, diseño, cocina internacional y música de vanguardia.

**M**E Madrid Reina Victoria, el primer hotel de la nueva marca ME by Meliá. Es el legendario Hotel Reina Victoria situado en la Plaza de Santa Ana, en pleno corazón de la capital española que se ha renovado con vitalidad y dinamismo. ME Madrid Reina Victoria, representa el nuevo concepto de hotel atrevido y decidido de ME by Meliá. El hotel insignia de la nueva marca refleja el nuevo concepto de hotel único y con personalidad

propia caracterizado por la pasión por el servicio, el diseño, la cocina de fusión y la música de vanguardia. Es un hotel para negocios y placer.

Sus 192 habitaciones disponen de ropa de cama de lino, almohadas de plumas y colchón de máximo confort con un sistema de cine doméstico CD/DVD de última generación con TV de plasma interactiva de 32 pulgadas; una amplia biblioteca de CD y DVD en cada habitación; adaptadores iPod y



estaciones de conexión. Además, los clientes que no traigan su iPod podrán solicitar uno con más de 900 canciones para su uso durante su estancia.

Todas las suites están dotadas de una terraza privada, mientras que la "Tower Suite", con sus 110 m<sup>2</sup> y dos terrazas, brinda una vista de 360° sobre la ciudad.

Dispone de más de 400 m<sup>2</sup> de espacio para reuniones, convenciones y conferencias. Ofrecen la última tecnología, adaptable a las necesidades más exigentes. Dispone de un Centro de Negocios 24 horas al día, que está equipado con conexión a Internet de alta velocidad, ordenadores, fax y escáner. ☎



### Renueva su página web

**E**l Puerto Antilla Grand Hotel, ha presentado su nueva página web, [www.puertoantilla.com](http://www.puertoantilla.com), un espacio virtual, de fácil manejo, en el que el internauta podrá encontrar, de forma ágil, cómoda y sencilla, toda la información acerca de este establecimiento.

Ofrece al internauta numerosas fotografías e imágenes de las estancias e infraestructuras del hotel, pudiendo observar varios enlaces con información sobre el hotel y las opciones de ocio, deporte, gastronomía y cultura que también pueden encontrarse en sus alrededores. ☎



### Nuevo Hotel, Rafael Casanova

**R**afael Hoteles Casanova, es el nuevo establecimiento que abre sus puertas en Barcelona.

Amplitud, originalidad e innovación, unidos a un gran equipo de trabajo con sus características personales. Todo está previsto en sus 126 habitaciones de atractivo

diseño y uso funcional, amplia oferta de servicios con un nuevo concepto en restauración y gastronomía, restaurante Tribeca, 400 m<sup>2</sup> de salones equipados con las últimas tecnologías para reuniones y convenciones, situado en Gran Vía de les Corts Catalanes, 559. ☎



## Organiza en barcelona dos eventos para agentes de viajes

*\* Los actos se enmarcan dentro de la gira comercial que el representante hotelero está llevando a cabo por todo el territorio nacional*

**E**l pasado día 26 de octubre, Keytel celebró los dos eventos previstos en el calendario de La Gira Keytel 2006, para la etapa a desarrollar en la ciudad condal.

El primero de los dos eventos, contó con la asis-

tencia de agentes de viajes de la ciudad. Se trata de una nueva convocatoria de las reuniones que Keytel viene realizando desde hace mucho tiempo con los agentes de viajes de todo el país.

Dentro de los temas debatidos, cabe destacar el resu-

men de necesidades de las agencias versus los hoteles, así como el acuerdo sobre la necesidad de una formación continua del personal de las agencias de viajes.

El segundo de los actos, Keytel quiso obsequiar a sus Tops Agentes de Cataluña, invitándoles a disfrutar de una velada muy especial. ☎

## Hotel Crowne Plaza Estepona-Costa del Sol

El pasado 15 de septiembre, el hotel **Crowne Plaza Estepona-Costa del Sol** celebró su fiesta de inauguración.

El hotel **Crowne Plaza Estepona-Costa del Sol**, abrió sus puertas el pasado mes de junio. Entre sus objetivos figura convertirse en uno de los hoteles más emblemáticos de la Costa del Sol.

El nuevo complejo hotelero, cuya construcción ha sido impulsada por la empresa lusa Building Investment Resorts con una inversión de 40 millones de euros, es gestionado por la cadena Intercontinental Hotels Group.

Consta de 146 habitaciones, de gran amplitud y una moderna decoración, de las cuales un alto porcentaje son suites de diferentes formatos (junior suite, duplex).

El restaurante Shanghai Express, último proyecto del restaurador francés Philippe Bloch, es un restaurante oriental que recorre la gastronomía de la vieja Indochina vía Saigón. ☉



## De compras

*\* El establecimiento se convierte en un original museo donde todas sus piezas se encuentran a la venta para el deleite y disfrute de sus huéspedes*

El **Casa Romana Hotel Boutique**, de Sevilla, un singular establecimiento de cuatro estrellas construido a partir de un sorprendente edificio del siglo XVIII, brinda a sus huéspedes la posibilidad de adquirir cualquiera de sus elementos decorativos, que han sido diseñados de manera exclusiva para el establecimiento y que, sin duda, encandilarán a todos los clientes. Y es que este coqueto enclave sevillano ha cuidado al máximo todo lo que forma parte de la decoración para alcanzar una perfecta armonía entre sensibilidad, elegancia, confort

y buen gusto convirtiéndose, gracias al concepto Boutique con el que ha sido ideado, en una especie de museo donde todos los huéspedes tienen la posibilidad de llevarse a casa aquellos objetos que más les seduzcan, bellísimas esculturas, obras pictóricas y un sinnúmero de detalles que rescatan la esencia de la época romana. ☉



SOFITEL  
ACCOR HOTELS & RESORTS

## Accor abre una nueva dirección en el corazón del barrio europeo de Bruselas: Sofitel Brussels Europe

**Sofitel**, abrió en Septiembre pasado el primer hotel de alta gama en el barrio europeo de Bruselas: **Sofitel Brussels Europe**.

**Sofitel Brussels Europe** dispone de 149 habitaciones equipadas con MyBed y 12 suites repartidas en 7 plantas. La Suite Royale, de más de 130 m<sup>2</sup>, está situado en la Plaza Jourdan, a sólo dos pasos del Parlamento Europeo.

El hotel cuenta con 7 salas de reunión modulares de 36 a 240 m<sup>2</sup>. Cuenta con un salón comedor privado con capacidad para 30 cubiertos, así como una "Board Meeting Room" de

115 m<sup>2</sup>. Cuentan con tecnología de vanguardia, particularmente de material audiovisual.

Además, el hotel propone un Business Centre, como un espacio de trabajo privado equipado con todo el material de oficina necesario para un viaje de negocios; una biblioteca temática sobre Europa, así como un fitness Centre de 150 m<sup>2</sup> con Baño turco. El restaurante gastronómico Spud's. ☉



## NH Hoteles Banca Intesa, Joker y NH Hoteles crean "Grande Jolly", el grupo hotelero líder en Italia

*\* Grande Jolly lanzará una oferta pública de adquisición sobre el 25 del capital de Jolly Hotels controlado por accionistas minoritarios*

*\* 70 hoteles se unirán a la estructura mundial del grupo hotelero NH Hoteles*

**Banca Intesa, Joker y NH Italia** han firmado un acuerdo marco para crear la mayor cadena italiana de hoteles. Todas las partes coinciden en que una estrategia basada en el tamaño y en el enfoque global de la industria es indispensable para crear la primera cadena hotelera de Italia. El acuerdo establece que las tres compañías crearán una nueva sociedad. *Grande*

*Jolly*, con el fin de controlar no menos del 75 del capital de Jolly Hotels, incluyendo en la citada participación el 50% de Joker, el 20% de NH Italia y el 4,4% de Banca Intesa.

El capital de *Grande Jolly* estará dividido de la siguiente forma: 51% NH Italia (51% de NH Hoteles y 49% de Banca Intesa), 42% Joker y 7% Banca Intesa. ☉



## Gestiona un nuevo hotel en las Antillas Francesas

Se trata del Hotel **Partner Le Sereno**, de cinco estrellas y reciente apertura.

Continuando con su política de expansión fuera de nuestras fronteras, **Partner Hotels** ha incorporado a la Cadena un nuevo establecimiento de cinco estrellas ubicado en pleno centro de las Antillas Francesas, y en concreto, en la Isla de Saint-Barthé-lemey. El

Hotel **Partner Le Sereno**, una joya a pie de playa ha sido la última adquisición de la Compañía en el extranjero, donde también gestionará, próximamente, otros cuatro establecimientos en Egipto, además de los tres que ya tiene. 



### BREVES

#### MELIÁ AVENIDA AMÉRICA Abre su nuevo Spa

El nuevo balneario urbano del **Meliá Avenida América** ha sido concebido para satisfacer las necesidades de los huéspedes del hotel, así como de todos aquellos que por proximidad de trabajo o vivienda deseen aprovechar sus servicios y tratamientos.

Las instalaciones del Spa cuentan con un "Circuito de aguas" que dispone de nado contracorriente, chorros cervicales, masajes en extremidades inferiores por chorros, camas y sillas subacuáticas, jacuzzi, pileta de agua fría, pediluvio, ducha esencias, ducha contraste, ducha bitérmica, ducha niebla, sauna y terma. Y demás terapias, de masajes y Centro de belleza. 

#### La fiesta "Sercotelamigos" Barcelona y Madrid nace con la intención de convertirse en un punto de encuentro anual del sector

Tras la celebración el pasado 21 de septiembre de la fiesta "Sercotelamigos" Barcelona en el emblemático Parque de Atracciones Tibidabo, el 27 de septiembre, día mundial del turismo, la cadena **Sercotelhoteles**, ofreció la fiesta "Sercotelamigos" Madrid en la Nueva Fontana. La fiesta convocó a más de 900 personas del sector turístico, hotelero y empresarial de la ciudad madrileña. 

#### Best Western y Lufthansa se asocian en el Programa de fidelización "Miles & More" y sus ocho aerolíneas asociadas.

Best Western ofrece más de 4.250 hoteles repartidos por todo el mundo. 

#### Acuerdo de colaboración entre la FEMP y ANBAL para desarrollar los balnearios y las villas termales \* Los impulsores de esta iniciativa quieren que se diferencie claramente entre la oferta de los balnearios de aguas termales y los spas.

La Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), han firmado un acuerdo de colaboración cuyo principal objetivo es impulsar la actividad del turismo termal en nuestro país y favorecer el desarrollo económico de los municipios en los que existen instalaciones termales. 



## Próxima apertura del nuevo Palacio de Congresos "Palmeraie Marrakech"

El Grupo **Palmeraie Marrakech** incrementa su oferta de reuniones con la próxima apertura en diciembre de un nuevo centro de congresos con capacidad para 1.500 personas. Este espacio responde al crecimiento del segmento turístico de negocios en Marrakech.

El nuevo edificio, que se ubica en el marco del complejo "Palmeraie Marrakech", ofrece una sala principal "Atlas", de 1.540 m<sup>2</sup> capacidad para 1.500 personas, y

se divide mediante paneles modulares en otras tres salas para celebraciones de hasta 500 asistentes. Todas ellas equipadas con equipos de tecnología.

Esta próxima apertura se une a la oferta existente en el Resort 5\* estrellas **Palmeraie Golf Palace**, que cuenta con 1.600 m<sup>2</sup> distribuidos en 11 salas de reuniones, de diferentes tamaños. Cada uno de los espacios recibe el nombre de una piedra preciosa. 



## El Parador de Benicarló obtiene su cuarta estrella

El **Parador de Turismo de Benicarló** (Caste-Illón) ya es un hotel de cuatro estrellas. La Conselleria de Turismo de la Generalitat Valenciana, ha autorizado la reclasificación del Parador, tras analizar las mejoras que se han introducido en este establecimiento de la Costa del Azahar. Con esta nueva estrella de **Benicarló**, **Paradores de Turismo** cuenta ya con un total de 64 establecimientos que ostentan esta categoría.

### Remodelación de instalaciones

Tras esta reforma, el **Parador de Benicarló** se ha convertido en un perfecto centro vacacional, ubicado junto al mar y posee un monumental jardín de más de 20.000 m<sup>2</sup>.

El Parador de Benicarló fue uno de los primeros establecimientos de la Red que abrió sus puertas, ya que fue inaugurado en 1935.

**Benicarló**, como otros muchos establecimientos, comenzó siendo un albergue, convirtiéndose en Parador de Turismo en la década de los 80. 

## HOTEL VILLAMADRID

### Inaugura su nuevo Business Center

El Hotel **Villamadrid**, un moderno establecimiento de cuatro estrellas y 121 habitaciones que se encuentra ubicado en la nueva ampliación del Paseo de la Castellana, ha inaugurado dos nuevos Business Center. Dos estancias, completamente equipadas, que han sido especialmente diseñadas para acoger entrevistas de trabajo, pequeñas reuniones o promociones de productos, así como la incorporación de un servicio de Microbús para que sus

clientes puedan efectuar traslados a diversos puntos de la ciudad.

También ofrece otra novedad: el *servicio Shuttled*, de manera que durante las Ferias en Madrid, pone a disposición de los clientes un servicio de Microbús hasta el Recinto Ferial, así como la vuelta al hotel, todo por un precio, desde tan sólo 2 euros. Durante los fines de semana también se realizan traslados al centro histórico de Madrid. 