

**MSC Orchestra:**  
 más allá de  
 la imaginación.



**Ven a descubrir la realidad.**



The Savannah Bar



Body & Mind Spa



La Cartisuela Wine Bar



The Shaker Lounge

Información y Reservas

Madrid **91 3821661** Barcelona **93 3416161**  
 www.msconline.com



**MSC Cruceros**

www.msccruceros.es

# RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

(por Alberto RUMSCHISKY)

**L**as compañías de aviación, en abierta competencia, están mimando cada vez más a los que viajan en sus clases *business*, que es el segmento más lucrativo del sector. Competencia que empieza en las "salas VIP", desde que se afirma que esto tiene una influencia importante a la hora de elegir la compañía en la que se viaja. Hay diferencias notables en estas salas, que dependen, no sólo del presupuesto que les asignan las aerolíneas y los aeropuertos, sino también del espacio de que se dispone. En este sentido, el aeropuerto de Heathrow se ha puesto a la cabeza. En la terminal 4, el "Lounge" de British Airways ofrece un buffet completo y duchas privadas y, para los que llegan de vuelos transcontinentales, hay refinamientos tan prácticos y necesarios como un servicio de planchado de ropa. Por su parte Virgin Atlantic, que dispone de la superficie más generosa, brinda desde juegos electrónicos hasta sillas reclinatorias con una visión espectacular de las pistas, manteniendo siempre una separación que evita, por ejemplo, que alguien esté jugando una partida de billar muy cerca del que se ha acomodado en un sillón especialmente articulado para echar un sueño antes del vuelo. Lufthansa, en plena competencia, informa que se está gastando 100 millones de euros para ampliar sus espacios y poner al día los servicios de comida y bebida.

**A**l otro lado del Atlántico, el portavoz de Air Canada afirma que las expectativas de los pasajeros de *business* también pueden tener la influencia de las tradiciones culturales. Dice que, históricamente, en los aviones canadienses se ha estado sirviendo siempre desayunos calientes, mientras esto ya se había

eliminado en los de las aerolíneas estadounidenses. Las comparaciones dan la evidencia: la sala VIP de Toronto de Air Canada tiene ambientes de relajación, centros de entretenimiento, servicios de ordenadores *lap-top*, duchas, y vistas panorámicas del aeropuerto desde enormes ventanales. En cambio, la sala de United Airlines en el aeropuerto Dulles de Washington, débilmente iluminada, sólo tiene un buffet de pequeños tentempiés y botellitas de bebidas de algunas marcas, y hay que pagar para acceder a Internet.

**E**l trato es especialmente exquisito con un billete de primera clase de Lufthansa para un vuelo intercontinental. Estos pasajeros son recibidos individualmente en la entrada del aeropuerto por los asistentes de la compañía, que se hacen cargo de los billetes, documentos y equipaje y los llevan a una terminal privada, que tiene muy poco que ver con las salas de *business*, decoradas en un gris demasiado uniforme. Cuando el vuelo está listo para partir, los pasajeros son conducidos en limusina hasta la misma puerta del avión. (Por cierto, hace ya más de una década, la desaparecida TWA rebautizó su clase *business* con el nombre de "Class One", y ofrecía en su terminal propia del aeropuerto Kennedy el mismo servicio individual que ahora repite Lufthansa, con la única excepción de la limusina hasta el avión. Pero el buffet de la sala de TWA era realmente excepcional).

**M**ientras que volar en clase turista supone una escalada de limitaciones en comida, bebida, mantas, almohadas y espacio entre los asientos (la última novedad que se aproxima es una configuración con asientos enfrentados, lo que

permitirá agregar más filas...), ir en *business* o en primera es gozar de lo que va imponiendo la competencia.

**U**na vez a bordo, esta competencia no se centra ahora tanto en la comida y la bebida, sino en dar a los pasajeros el máximo posible de entretenimiento y de facilidades para trabajar con sus ordenadores. Por ejemplo, los asientos de Lufthansa tienen pantallas audiovisuales programables por cada pasajero, según sus gustos y necesidades.

**L**as líneas intercontinentales lechan el resto en el entretenimiento de a bordo, y las innovaciones más importantes corresponden a las que tienen las más rentables rutas largas, como Singapore Airlines, British Airways, Emirates, Virgin Atlantic y Cathay.

**E**l año pasado British Airways instaló en sus cabinas de clase *Club World Business* un sistema que permite al pasajero elegir entre 100 películas y programas diferentes de televisión. Pero, por ahora, resulta difícil mejorar la oferta de Singapore Airlines: su sistema de entretenimiento ofrece más de 1000 (¡sí, mil!) programaciones diferentes en 23 idiomas. Además, las unidades individuales instaladas en los asientos de *business* son ordenadores personales con capacidad de operar interactivamente, con puertos U.S.B. que, por ejemplo, permiten elaborar una presentación. No hay más que desenchufar el software, llevarse a la oficina, y adelante con la presentación... ya duchados y con el traje recién planchado. Se puede repetir aquello de que "la vida puede ser maravillosa...", sobre todo si tienes un billete en *business* o en primera clase. °



**Iberia**  
*Los nuevos destinos* 16

*El A380 aterriza en Getafe* 20

**Entrevista**  
*Luis Grau, presidente de Costa Cruceros* 24

*Nuevo Centro de Turismo de la Ciudad de Madrid* 26

**Especial Cruceros**  
*Los Cruceros continúan con el viento a favor* 32

*Costa inauguró el "Paracruceros" en el puerto de Barcelona* 40

*El "Jules Verne" abre Alicante a la ruta de los cruceros* 41

**Especial Touroperadores** 46

**Reportajes**  
*Gibraltar, marca la diferencia* 27

*Nicaragua. Tierra de Volcanes* 53

*Hotel Huerto del Cura "Familiar por Naturaleza"* 58

*Hotel Villa Madrid Apuesta por un servicio integral para el cliente de negocio* 62

*La Rioja: Destino Vino 2007* 52

**Libros** 66

**TurisEm** 75  
*Turismo de Empresa, Congresos, Convenciones y Hoteles*

MAYO/JUNIO 2007



**MSC** presenta su nuevo barco el MSC Orchestra

**PRESIDENTE - EDITOR**  
Antonio Flórez

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

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

**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 - 1º 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 3º 3A - 28028 Madrid  
Teléf: 91 726 19 82  
E-mail: mafer@tatrevista.com

**PUBLICIDAD CANARIAS**  
Diana Publicidad  
Puerta Canseco, 47 - 1º - 38003 Sta. Cruz de Tenerife  
Teléf: 922 28 68 00 - Fax: 922 27 31 76  
E-mail: dianapublicidad@dianapublicidad.com

Las opiniones vertidas en esta revista expresan la opinión de sus autores sin que la publicación se responsabilice de ellas.  
Queda prohibida la reproducción de cualquier trabajo sin citar su procedencia.

Suscripciones UN AÑO (6 números):  
España y UE 21 €  
Extranjero 45\$ USA  
Otros Continentes 55\$ USA

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

ISSN: 0211-9633  
Depósito Legal: M-3344-1982  
Fotomecánica: Run Digital Print, S.A.  
Impresión Run Print, S.A.

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

**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 ...*



## Alcanza unos beneficios de 12,2 millones de euros en el primer trimestre del año

**I**beria presentó las cifras correspondientes al primer trimestre del año, con unos beneficios antes de impuestos de 18,7 millones de euros, lo que supone una mejora de 85,6 millones con respecto a las cifras negativas del año pasado. Los beneficios de explotación han ascendido a 13 millones de euros, cuando en el mismo periodo de 2006 se perdieron 65,4 millones de euros. Los beneficios consolidados han sido de 12,2 millones de euros, frente a unas cifras negativas de 44,96 millones el año anterior.

El Ebitdar del primer trimestre se situó en 174,6 millones de euros, un 74,2 por ciento más que el año anterior, y el margen de Ebitdar sobre ingresos de explotación en el 13,3 por ciento, cinco puntos porcentuales por encima del año anterior. El cash flow generado por las actividades de explotación ascendió a 115,3 millones de euros, más de un 138 por ciento superior al obtenido en los tres primeros meses de 2006.

### *Crecen los ingresos, los costes se contienen y mejora el coeficiente de ocupación*

En el primer trimestre de 2007 los ingresos de las operaciones se incrementaron un 8,5 por ciento con relación al año anterior, alcanzando los 1.309,5 millones de euros, mientras que los gastos aumentaron un 2,4 por ciento, hasta 1.301,4 millones.

Casi el 85 por ciento de los ingresos (1.109,1 millones) correspondió a los ingresos por transporte de pasajeros y carga, con un incremento del 8,1 por ciento. En el resto de los ingresos, continuó destacando el fuerte crecimiento de la facturación por servicios de mantenimiento de flota a terceros, que registró un incremento del 40,9 por ciento.



## Rebaja los precios en sus nuevos destinos

**I**beria ha rebajado las tarifas para volar a sus nuevos destinos: Boston, Washington, Bucarest y Gibraltar. Además, la compañía dispone de ventajosos precios para viajar a Dublín, Santiago de Chile y Montevideo. Todos los precios son finales, es decir, incluyen todas las tasas y los gastos de gestión a través de [www.iberia.com](http://www.iberia.com).

Desde primeros de mayo Iberia ha empezado a volar a Boston y desde el 2 de junio a Washington. Para lanzar estas nuevas rutas, la compañía ofrece tarifas para volar desde Madrid y Barcelona por tan sólo 485 euros ida y vuelta y, con un pequeño incremento, desde los principales aeropuertos españoles. Estos precios son válidos hasta el 31 de diciembre, y siempre que la compra se realice antes del 6 de junio.



## Un nuevo Airbus A-319 se incorpora a la flota

**I**beria acaba de incorporar a su flota un nuevo avión Airbus A-319, con capacidad para 141 personas. La aeronave, matrícula EC-KDI, ha sido bautizada con el nombre de *Cigüeña Negra*, continuando así con la campaña de defensa de las especies españolas protegidas iniciada por la compañía a principios de este año.

Se trata del cuarto avión que Iberia recibe en 2007, todos ellos de la familia Airbus A-320, y que lleva en su fuselaje el nombre y dibujo de una especie española en peligro de extinción. Previamente se incorporaron a la flota de Iberia el *Águila Imperial Ibérica*, el *Lince Ibérico* y el *Oso Pardo*.

Durante este año Iberia recibirá otros cinco aviones, que bautizará con nombres de especies españolas protegidas.



## Renueva su bodega Business Plus con la creación de una novedosa carta de vinos

**D**esde mayo, los clientes de los vuelos de largo recorrido de la Clase *Business Plus* de Iberia tienen a su disposición una completa Carta de Vinos diseñada y elaborada en colaboración con el especialista en vinos españoles TodoVino.

Como elemento novedoso, en la selección de los vinos se ha tenido en cuenta también su comportamiento a 30.000 pies de altura a partir de la realización de catas "en vuelo" por parte del comité de cata de La Guía

TodoVino.

De periodicidad trimestral, la Carta de Vinos, incluye también algunas nociones generales de cata y cuenta con un espacio para que aquellos clientes que lo deseen puedan anotar sus propias impresiones sobre las distintas etiquetas servidas a bordo.

Los vinos seleccionados están también disponibles para la cata en los dos Wine Bar ubicados en las dos salas VIP de Iberia (Dalí y Velázquez) de la Terminal 4 de Barajas.

A-319





## Nueva ruta entre la capital Vizcaína y Munich

**S**panair ha inaugurado el 15 de abril la nueva ruta entre Bilbao y Munich.

Los diversos actos que se celebraron con este motivo en Bilbao, contaron con personalidades vinculadas a las dos ciudades y muy representativas del mundo de la aviación, de la cultura y del deporte.

Con la apertura de esta ruta Bilbao-Munich con una frecuencia diaria en ambos sentidos, **Spanair** refuerza su número de vuelos directos entre España y Alemania. Asimismo, la compañía conecta la capital bávara con Barcelona con dos frecuencias diarias entre las dos ciudades. 🌐



*\* Además conectarán Navarra con Tenerife Sur y Palma de Mallorca durante la temporada de verano*

**E**l pasado 25 de marzo **Spanair** inauguró la ruta entre Pamplona y Madrid, ofreciendo a partir de este momento 3 vuelos diarios de lunes a viernes, con horarios adecuados a pasajeros de negocios y en vuelo



## Inicia sus vuelos a Buenos Aires

**U**n Airbus 330-200 recién salido de fábrica inicio el pasado 26 de marzo la nueva ruta de **Air Europa** entre Madrid y Buenos Aires. Se trata de un aparato equipado con la tecnología más vanguardista del consorcio europeo, capaz de unir ambas capitales en un vuelo directo y sin escalas.

Esta nueva ruta de **Air Europa** tendrá una frecuencia de cuatro vuelos semanales en ambas direcciones, con salidas de Madrid los lunes, jueves, viernes y sábados. A partir del próximo mes de noviembre, la frecuencia pasará a ser de cinco vuelos semanales.

“Abrir la ruta a Buenos Aires forma parte de nuestra ya tradicional apuesta por nue-



El A330-200

vos destinos -ha declarado Juan José Hidalgo, presidente del Grupo Globalia, en el que está integrada la compañía **Air Europa**-. Y es un refuerzo para las señas de identidad que nos definen: aviones nuevos, máximo nivel de seguridad y puntualidad a la cabeza de cualquier otra compañía”.

El nuevo Airbus 330-200, con capacidad para 299 pasajeros, destinado a la ruta Madrid-Buenos Aires es el cuarto avión de este modelo que opera **Air Europa**. Se caracteriza por un elevado nivel de comodidad que lo hace idóneo para vuelos transatlánticos. Entre otros elementos de confort destacan los 24 asientos de la clase business, capaces de convertirse en auténticas camas del aire. 🌐

Clase business del A320-200



## Inaugura sus vuelos Madrid-Pamplona

en cada sentido los fines de semana.

Esta nueva conexión entre las dos ciudades que se suma a la amplia red de vuelos nacionales de **Spanair**, permite grandes posibilidades de conexión con otros destinos, tanto nacionales como internacionales a través de su “hub” en Madrid y a través de las líneas aéreas miembros de Star Alliance.

**Spanair** conecta Pamplona con Tenerife Sur desde el 4 de mayo y Palma de Mallorca a partir del 6 de junio, con un vuelo orientado semanalmente al pasajero que viaja por motivos de ocio. 🌐



## Recibe un Nuevo 737-800 de Boeing

**A**ir Europa ha recibido recientemente un nuevo Boeing 737-800 Next-Generation, que ya ha empezado a operar en rutas nacionales e internacionales.

Hasta la fecha **Air Europa** ha recibido 27 Boeing 737 Next-Generation -ya sea directamente o a través de compañías de leasing- y tiene pedidos otros 33 aviones de este modelo. **Air Europa** recibirá otros dos 737-800 adicionales este año, manteniendo su flota como una de las más modernas de Europa. Los nuevos aviones forman parte de los planes de crecimiento y sustitución de flota.

El Boeing 737-800 es la versión de mayor éxito de la familia 737 Next-Generation, la más avanzada tecnológicamente dentro del mercado de aviones de pasillo único. 🌐



## Presentó su nueva temporada de verano 2007

La aerolínea duplica su actividad en Madrid este verano, potencia sus rutas domésticas con nuevas frecuencias y conexiones con Baleares y Andalucía.

Desde Barajas, la compañía prevé superar los 650.000 pasajeros transportados entre junio y septiembre.

Vueling, amplía su oferta desde Madrid para esta temporada de verano con la puesta en marcha de nuevas rutas y frecuencias. Palma de Mallorca, Menorca, Ibiza, Málaga, Jerez y



Venecia, un total de 13 destinos desde Barajas. En palabras de Alfons Claver, director Internacional de Marketing y Ventas, "la compañía prevé transportar este verano 650.000 pasajeros, duplicando los resultados de 2006, en que se transportaron más de 280.000 en el mismo periodo."

Baleares, su destino estrella en los meses de verano, contará con conexiones diarias desde Barajas a todos los aeropuertos. Desde el pasado 25 de marzo opera la ruta de Palma de Mallorca e Ibiza y Menorca comenzarán a operar el 1 y el 25 de junio respectivamente. Palma e Ibiza una frecuencia diaria y la nueva ruta a Menorca con 5 frecuencias semanales.

Vueling cuenta desde el pasado 29 de marzo con dos conexiones a Jerez y Málaga. La ruta Málaga cuenta con una frecuencia diaria, mientras que la conexión con Jerez tiene 4 frecuencias a la semana. Y el pasado 25 de marzo puso en marcha la ruta con Venecia. ☺



## Pisa y Nápoles desde Madrid

Vueling, continúa su expansión en Barajas y anuncia dos nuevas rutas a Pisa y Nápoles a finales de junio. Con estas incorporaciones ya ofrece 15 destinos desde Barajas.

La conexión con Pisa será a partir del 22 de junio y tendrá cuatro vuelos semanales los lunes, miércoles, viernes y domingo. La ruta a Nápoles empezará el 23 de junio, con tres vuelos semanales los martes, jueves y domingo. ☺



## Ocho nuevas rutas desde Andalucía este verano

Vueling refuerza sus conexiones desde los aeropuertos andaluces para esta temporada y ofrecerá este verano un total de 13 destinos. Más de la mitad de estas conexiones son nuevas: desde Málaga a Ámsterdam, París, Santiago de Compostela, Madrid y Bilbao. Desde Jerez a Barcelona y Madrid, y desde Sevilla a París. ☺

## El número de pasajeros llegados a España en Compañías Aéreas de Bajo Coste (CBC) aumentó un 18,2% en febrero

El tráfico generado hacia España por las CBC procedió principalmente del Reino Unido, con el 39,2% de los pasajeros, seguido de Alemania, con el 20,3%.

En el mes de febrero de 2007 llegaron a España 1,2 millones de pasajeros procedentes del extranjero en compañías aéreas de bajo coste (CBC). Este flujo representó el 33,9% del total de las llegadas por vía aérea (3,4 millones) y fue un 18,2% superior al registrado en el mismo mes de 2006. Como viene siendo habitual, el grado de ocupación de los vuelos en CBC en enero fue superior al registrado por las compañías tradicionales: 77,9% frente a 72,1%, respectivamente. ☺



## Lanza sus vuelos a Boston con niveles de reservas del 85%

Iberia ha comenzado sus vuelos a Boston con unas expectativas inmejorables: en el mes de junio las reservas ya se han situado en el 85 por ciento.

Iberia ofrece cinco frecuencias a la semana (lunes, martes, miércoles, sábados y domingos), que serán operados con Airbus A-340, con capacidad para 260 pasajeros, y en los que ofrece el servicio *Business Plus* a los clientes de negocios siendo la única compañía que vuela sin escalas entre España y Boston, y ofreciendo buenas conexiones desde el resto de aeropuertos de su red. Boston es el cuarto destino de Iberia en los Estados Unidos y, el 2 de junio, inaugura el quinto: Washington. ☺



## Añaden dos nuevas frecuencias desde Málaga y Sevilla hacia París

Air Europa y Air France han abierto dos nuevas frecuencias desde Málaga y Sevilla hacia París desde el pasado marzo.

En Málaga, las compañías operaban tres vuelos diarios en código compartido hacia Paris-Charles de Gaulle y una cuarta frecuencia se han implementado en

esta ruta.

Asimismo, desde Sevilla, las compañías han doblado su oferta, y ofrecen dos vuelos diarios en lugar de uno. Ambas frecuencias estarán operativas todos los días de la semana, excepto los sábados. ☺



## Pone a la venta sus nuevos destinos veraniegos a Edimburgo y Malta desde Barcelona

**C**lickair, ha puesto a la venta a través de su página web [www.clickair.com](http://www.clickair.com) y de agencias de viajes sus nuevos destinos a Malta y Edimburgo que empezarán a operar, respectivamente, el 4 de junio y el 1 de agosto desde el Prat.

La ruta entre Barcelona y Malta, tendrá dos frecuencias semanales (lunes y jueves). Las reservas on-line están disponibles a precios que comienzan en 40€ impuestos y tasas incluidas.

El nuevo vuelo a Edimburgo, que comienza a operarse el 1 de agosto, tendrá una frecuencia diaria desde Barcelona.

Los precios comienzan con una oferta promocional de 20€, todo incluido. ☺



## Lanza su segunda ruta internacional desde Sevilla

\* *París será la 4ª ciudad Vueling desde San Pablo*

\* *La ruta a Valencia se refuerza con una segunda frecuencia diaria*

**V**ueling anuncia el lanzamiento de una nueva conexión entre San Pablo y Charles de Gaulle y una segunda frecuencia diaria con Valencia. Esta nueva ruta se convierte en la segunda internacional y se suma a las conexiones ya existentes con Roma, Barcelona y Valencia.

El vuelo inaugural tendrá lugar el 29 de junio y los billetes se encuentran ya a la venta a un precio de salida de 20€, todo incluido. El mismo día también se pondrá en marcha la segunda frecuencia diaria a Valencia. ☺



*Se inauguran nueve destinos desde Barcelona y Sevilla elevando el total a 30*

## Se estrena en Escandinavia y aumenta sus rutas a Italia y a Europa del Este

**C**lickair, la nueva aerolínea española, eleva a 30 sus destinos con la inauguración de nueve rutas nuevas, siete de ellas desde Barcelona y dos desde Sevilla, a otras tantas ciudades españolas y europeas con lo que amplía su presencia en Europa central y oriental y establece su primera conexión con Escandinavia.

Entre las nuevas rutas destaca la incorporación de Nápoles y Palermo, con cinco y dos frecuencias semanales, respectivamente, que se añaden a las ya existentes con Pisa y Verona y a las rutas de Barcelona a Venecia y Roma previstas para junio y julio, respectivamente.

También continúa la expansión hacia Europa Central y Oriental a Viena (diaria), Varsovia (cuatro vuelos semanales) y Bucarest (tres vuelos semanales). Estas se unen a la ruta que ya opera con

Praga y a las conexiones con Budapest, Moscú y Dubrovnik, previstas para el 1 de junio a la venta a través de agencias de viajes y la web [www.clickair.com](http://www.clickair.com).

Los nuevos vuelos desde El Prat se completan con una nueva ruta directa, cuatro veces a la semana, a Helsinki y un vuelo, tres veces por semana, entre la capital catalana y Valencia. ☺



## Vuelos directos España-Canadá (Montreal-Toronto)

**A**ir Transat inicia este verano su nueva ruta Barcelona-Montreal-Toronto. En vuelo semanal directo **Air Transat** unirá Barcelona con dos ciudades canadienses (Montreal y Toronto) cada domingo hasta el 28 de Octubre 2007.

Así mismo, a partir del 28 de Junio al 14 de Septiembre 2007 se iniciará una frecuencia adicional cada viernes de Barcelona a Montreal-Toronto directo. Los vuelos serán operados con un Airbus A310 con capacidad de 259 plazas (20 en clase *Club*).

Además **Air Transat** seguirá operando la ruta iniciada con éxito el año pasado Madrid-Montreal-Toronto, con un vuelo semanal los martes y a partir del 22 de Junio hasta el 27 de Octubre la ruta se reforzará los sábados con una frecuencia adicional a Montreal. ☺



**GB AIRWAYS**

## Nuevos vuelos a Gibraltar desde Madrid

**B**ritish Airways ofrece vuelos a Gibraltar desde Madrid. Estos servicios, operados a través de la franquicia **GB Airways**, serán llevados a cabo en régimen de código compartido con **Iberia**, con dos servicios diarios a La Roca.

Todos los vuelos ofrecerán dos clases: *Club Europe* (clase business) y cabinas de clase *económica*. Entre los beneficios de usar *Club Europe* destacan unos asientos más anchos con un mayor espacio para las piernas, y un servicio en vuelo de primer nivel. En la clase *económica* se podrán adquirir una gran variedad de aperitivos y sándwiches. ☺



**SAS** La Business Sleeper de SAS en todos los vuelos intercontinentales de la compañía

Los pasajeros de **SAS** que realizan un vuelo intercontinental en Business Class podrán disfrutar del nuevo y cómodo asiento *Business Sleeper*, ya disponible en todas las rutas que opera desde Copenhague y Estocolmo a su creciente y variada red de destinos intercontinentales en Asia y Estados Unidos.

**SAS** ha ampliado la presencia de su *Business Sleeper* a todos los aviones de su flota intercontinental.

La nueva *Business Sleeper* tiene 50 cm de anchura, el asiento desplegado se convierte en una cómoda cama de 2 metros de longitud y además, se reclina hasta los 170º grados, lo que ofrece una confortable posición que asegura un descanso perfecto.

Entre otras características, los sillones *Business Sleeper* cuentan con sistemas de audio y video a la carta a través de una



pantalla de 10,4 pulgadas. También llevan incorporados una función de masaje y espacios para colocar cómodamente los portátiles o una simple botella de agua.

Asimismo, la cabina de Business Class de los aviones intercontinentales de **SAS** dispone de un bar buffet con aperitivos y máquinas de café. Por su parte, los espaciosos baños cuentan con ventanilla, una característica muy apreciada por las pasajeras femeninas.

**AL VUELO**

\* **Iberia** acaba de incorporar el billete electrónico para viajes que combinen vuelos de **Iberia** con los de otras nueve líneas aéreas: All Nipón Airways, Singapore Airlines, Tap Portugal, Lan Ecuador, Lan Argentina, Air One, Tunisair, Cabo Verde Airlines y Cubana de Aviación.

\* **Iberia**, con la incorporación en abril de un vuelo diario adicional a Londres y otro a Casablanca desde Madrid, ofrece 16 vuelos diarios a la capital inglesa -ocho operados por la compañía española y ocho por British Airways- y dos diarios a Casablanca. Así como su tercera frecuencia semanal a Argel.

\* **Iberia Mantenimiento** ha firmado un contrato con **Cygnus Air** por el que se encargará en exclusiva de mantener la revisión de un avión de la empresa carguera española **Cygnus**.

El nuevo acuerdo con **Cygnus Air** incluye servicios de mantenimiento de motores, componentes, ingeniería, planificación central, ruedas y frenos de un avión carguero modelo B-757. Dicho contrato está en vigor desde el pasado mes de abril y tiene una duración de cinco años.

\* La Dirección General de Mantenimiento e Ingeniería de **Iberia** ha recibido la confirmación de su nombramiento como subcontratista aprobado por parte del fabricante **Airbus** para realizar el mantenimiento de aviones, motores y componentes.

Para hacer efectivo dicho acuerdo, **Iberia Mantenimiento** ha incorporado requerimientos adicionales en la normativa EASA PARTE 145, ajustándose así a los procedimientos exigidos por **Airbus**, que concuerdan con la norma ISO 9000/110.

\* **Iberia** acaba de incorporar el billete electrónico para los viajes que combinen sus vuelos con los de las compañías **Air Europa** y la israelí **El Al**, que se añaden así a otras 32 aerolíneas, entre ellas las que conforman la alianza oneworld, donde ya era posible utilizarlo, permitiendo así trasladar multitud de ventajas a un mayor número de destinos y clientes.

\* **Vueling**, transportó en los 4 primeros meses de este año un total de 1.506.893 pasajeros, un 81,33% más que en el mismo periodo de 2006. Durante el mes de abril volaron con la compañía 434.302 pasajeros, lo que supone un incremento del 72,13% en comparación al mes de abril del año anterior. En términos absolutos, abril es hasta el momento el mes con mayor tráfico de pasajeros en lo que va de año.



**Vuelo diario Madrid-Estambul**

Con motivo del inicio de la ampliación a vuelo diario en la ruta de Madrid a Estambul, **Turkish Airlines** celebró un cocktail en el hotel Ritz de Madrid, el pasado 22 Marzo.

**Turkish Airlines** inauguro la ruta desde Madrid a Estambul en 1984 con dos vuelos semanales. Ahora y desde el inicio del nuevo calendario de verano. **Turkish Airlines** ofrece desde España a Estambul un vuelo diario



La Directora para España, Yurdaqui Altinoz y el Embajador de Turquía en España, Ender Arat durante el cocktail.

desde Madrid, esperando en un futuro próximo ampliar también a vuelo diario, la ruta desde Barcelona a Estambul.

**ESTONIAN AIR** Barcelona-Tallinn en vuelo directo

**Estonian Air**, lanza una tarifa de 106 € con destino a la Perla del Báltico, para esta temporada estival.

Con salida desde Barcelona, vuela directo a Tallinn, capital de Estonia y ciudad reconocida Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Actualmente, **Estonian Air** es la única compañía que opera la ruta con vuelos

directos desde España. Además, gracias al acuerdo comercial de colaboración con Spanair, ofrece salidas desde cualquier ciudad española en conexión con Barcelona.

Durante el verano 2007, **Estonian Air** operará 3 frecuencias semanales Barcelona-Tallinn. En esta nueva temporada, ha añadido un vuelo los miércoles.

## AL VUELO

\* **Vueling** ha dado un decisivo paso en su ambicioso plan de expansión internacional e inaugura la ruta París-Milán. De este modo, se convierte en la primera aerolínea española en conectar dos ciudades fuera de España. ☉

\* **Air Berlin** ofrece vuelos diarios desde Palma de Mallorca a Moscú, excepto los sábados, desde 144€ por trayecto, impuestos, tasas y servicio de a bordo incluidos. También hay salidas a Moscú desde Alicante y Barcelona. ☉

\* Los pasajeros de **Delta** a/desde New York pueden utilizar ahora el traslado en helicóptero para llegar/salir a/de Manhattan en solo 8 Minutos. Además también pueden facturar el equipaje y obtener la tarjeta de embarque para el vuelo de **Delta** por ejemplo hasta Madrid o Barcelona en el mismo helipuerto en Manhattan. Los precios por utilizar este shuttle son desde 159\$ por trayecto. (excl. tasas), reservas en [www.delta.com](http://www.delta.com). ☉

\* **Ryanair**, ha anunciado una nueva ruta entre Sevilla y Dusseldorf Weeze (Alemania). La nueva ruta esta ya a la venta y empezará a funcionar el 4 de octubre de 2007 cuando **Ryanair** ponga en la base de Dusseldorf dos nuevos Boeing 737-800, lo que significará una inversión de 280 millones de dólares. **Ryanair** también operará desde Dusseldorf Weeze a Málaga, Fuerteventura y Valencia. Dusseldorf estará también conectado con Marrakech, Milán, Trapani (Sicilia) y Vaxjo (Suecia). ☉

\* **LAN Airlines** ha firmado un contrato con Airbus, de un pedido de 15 aviones de la familia A320 suplementarios. Este pedido confirma las opciones anunciadas en octubre 2005.

Hasta este momento **LAN** con base en Santiago (Chile) y sus filiales explotan 34 aparatos Airbus (15 A319 y cuatro A340). ☉

\* **KLM, Kenya Airways, Martinair**, anuncian que las tres aerolíneas han comenzado a utilizar **Amadeus Altéa Reservation** para potenciar sus ventas en todo el mundo. ☉

\* **Emirates Airlines** ha confirmado su pedido de 43 Airbus A380 aircraft y adicionalmente ha firmado un contrato por cuatro más. **Emirates** recibirá el primer A380 aircraft a finales de 2008. ☉

\* **Vueling** ha tenido unas pérdidas en los tres primeros meses del año de 22 millones de euros, más del doble que en el mismo periodo de 2006, debido a un aumento de sus gastos de publicidad, combustible, leasing y personal.

En cuanto a lo referente a publicidad, no habrá sido por el capítulo de revistas del sector especializadas, ya que no cuentan con nosotros en este tema. ☉



## Celebra su 78 aniversario

**E**l grupo **LAN** que está integrado por las compañías LAN Airlines (ex Lan Chile) LAN Express, LAN Perú, LAN Argentina y LAN Ecuador y también Lancargo, ha alcanzado una posición elevada en el mercado latinoamericano.

Con motivo de su 78 aniversario, la compañía **LAN** reunió a los medios de comunicación y tour operadores el pasado abril para su celebración en un cocktail en el marco incomparable de la Casa de América.

Francisco Vidal, director general, expuso a los invitados la historia y las perspectivas de la compañía, destacó que el año 2006 ha sido para **LAN** un récord histórico. Recordó los comienzos de la compañía el 5 de marzo de 1929 con el nombre de Línea

Aeropostal Santiago-Arica. La expansión internacional en 1969. En los 80 la modernización de la flota y la privatización de LANChile, S.A. Ya en el año 2000 se unen a la alianza "oneworld", y código compartido con Iberia. El nacimiento del Grupo **LAN** en 2004. En la actualidad cuenta con una flota de 83 aparatos, muy modernos Airbus y Boeing; 14.325 empleados y transportó el pasado año 9,5 millones de pasajeros, es reconocida como una de las 10 mejores aerolíneas del mundo.

Los nuevos proyectos, para 2007 la ruta de Madrid-Lima, una séptima frecuencia a Guayaquil. Para el 2008 vuelo diario sin escalas, a Perú, Argentina y Brasil y una renovación de flota, tanto para pasajeros como para carga. ☉



## Este verano más Brasil

## Nuevo destino Brasilia. Nuevos vuelos a Río de Janeiro y Sao Paulo

**T**AP inaugura el próximo 19 de Julio una nueva línea con destino a Brasilia con 5 vuelos semanales, siendo la primera compañía aérea con vuelos internacionales directos a la capital federal de Brasil.

**TAP** ha recibido también "luz verde" por parte de las autoridades Brasileñas para aumentar su oferta en otras líneas y desde la misma fecha ofrecerá 5 vuelos semanales más con destino a Río de Janeiro y 2 más a Sao Paulo.

Con los nuevos vuelos, ofrecerá un total de 60 vuelos semanales entre Portugal y Brasil, reforzando su liderazgo absoluto en el transporte de pasajeros y carga entre Europa y aquel país, ofreciendo vuelos

diarios a Fortaleza, Recife y Salvador de Bahía, cinco vuelos semanales a Natal y Brasilia, 12 vuelos semanales a Río de Janeiro desde Lisboa y 3 vuelos directos semanales desde Oporto, 11 vuelos semanales a Sao Paulo desde Lisboa y 3 vuelos más desde Oporto. ☉



## Lufthansa

## Más destinos en su nuevo horario de verano 2007

**L**ufthansa continúa expandiendo su red mundial de rutas durante 2007 y, por primera vez, cubrirá un total de 192 destinos en 78 países durante la temporada de verano que finaliza el 27 de Octubre de 2007.

De esta forma, la capacidad de la red mundial de **Lufthansa** se verá incrementa-

da en un 4% respecto al año anterior, siendo el crecimiento de un 3% en rutas europeas y de un 4,4% en vuelos de larga distancia.

6 nuevos destinos: Pusan (Corea del Sur), Valencia (España), Tirana (Albania), Bastia (Córcega), Balatón (Hungria) y Bornholm (Dinamarca). ☉

**RYANAIR.com**  
VUELA MÁS BARATO

## ANUNCIA SU EXPANSION EN MADRID

**M**ichael O'Leary, presidente de **Ryanair**, convocó a la prensa el pasado 16 de abril para anunciar que la compañía tendrá 7 nuevas rutas desde Madrid, Baden Baden, Cerdeña, Dusseldorf, Frankfurt, Liverpool, Sicilia y Venecia, a partir de noviembre. **Ryanair** ya ha hecho las peticiones a AENA.

O'Leary, vestido de torero para esta promoción, afirmó que "**Ryanair** ya es la compañía aérea con tarifas más bajas de Europa, transportando 600.000 pasajeros en 138 rutas desde 19 aeropuertos españoles y lanzó ese día 1 millón de vuelos gratis hasta el 29 de mayo, tasas incluidas. Con estas nuevas rutas la compañía transportará 9 millones de pasajeros a y desde España"

**Ryanair**, próximamente contará con 138 rutas desde España y estará en 20 aeropuertos

El presidente de **Ryanair**, comentó que su éxito fue debido a la compra de aviones que hizo después del 11 s., a muy buen precio. (actualmente tiene

137 Boeing 737-800 y tiene previsto la compra para el próximo año de 110 aviones más). También añadió que en Europa en cinco años operaran tres grandes compañías: "la familia de Brithis Airways, la familia Air France y la familia Lufthansa", y luego como "low cost" se quedará nada más que **Ryanair**.



Meter Sherrardp, director de Comunicación, Michael O'Leary, presidente y Maribel Rodríguez, directora de Marketing y Ventas de RYANAIR



**QATAR AIRWAYS** القطرية

## Inaugura un nuevo A330-200 para cubrir su ruta Madrid-Doha

**E**n un acto celebrado el pasado 26 de marzo en el Pabellón de Estado del aeropuerto de Barajas, **Qatar Airways** presentó su nuevo Airbus 330-200, que desde el pasado 25 de marzo cubre el servicio que la aerolínea opera cuatro veces a la semana en su ruta Doha-Madrid-Doha.

La incorporación de este nuevo modelo de Airbus supondrá una notable mejora en la comodidad y calidad de los servicios que **Qatar Airways** ofrece a sus pasajeros y es un claro reflejo de la apuesta que la aerolínea está llevando a cabo en el mercado español. Así lo afirmó Susith Hettihewa, Area Manager en España, quien a su vez destacó que la introducción de este modelo de avión en la ruta Madrid-Doha "hará posible que nuestros clientes disfruten más de



los viajes que realicen con nuestra compañía".

Al acto de presentación también asistieron Siva Ramachandran, Regional Manager de **Qatar Airways** para Europa y Marimar Laveda, Sales Manager de **Qatar Airways** en España, quienes quisieron agradecer a AENA la ayuda que el organismo ha prestado a la compañía desde su aterrizaje en nuestro país hace ya más de un año.

El Airbus A330-200 tiene 24 asientos en clase business en una configuración de 2-2-2 y 236 asientos en clase turista con una configuración de 2-4-2.



## AL VUELO

\* **Ryanair**, vuela la ruta Málaga-Bremen desde el pasado abril operando con tres frecuencias semanales, los martes, jueves y domingos.

\* **Monarch** ofrece este verano nuevos vuelos entre España y Reino Unido, en la misma medida, también está incrementando sus frecuencias en las rutas ya existentes, así sus viajeros disponen de una amplia oferta de vuelos a y desde la península de España e islas.

Las nuevas rutas incluyen: Jerez de la Frontera a Manchester, con cuatro vuelos semanales; Murcia a Londres Gatwick, vuelos diarios; Desde Almería a Londres Luton, con cuatro vuelos a la semana y Desde Ibiza a Manchester y Birmingham, Londres Gatwick y Londres Luton, con hasta cinco vuelos semanales.

Palma de Mallorca a Birmingham y Londres Luton, se han incrementado a ocho vuelos semanales para este verano.

\* **Air Canada**, confirmo pedido a Boeing de 23 B-787 Dreamliner. Este pedido eleva a 37 el número de 787 encargados por la compañía. **Air Canada** ha pedido más Dreamliner que cualquier otro operador en el hemisferio occidental.

Los 23 787 están valorados en aproximadamente 3.500 millones de dólares (2.570 millones de euros) a precios de catálogo.

\* **Avianca Airlines**, la aerolínea colombiana, anuncio un pedido a Boeing de 10 787. **Avianca** se convierte así en la primera aerolínea de Sudamérica que realiza un pedido del 787, siendo además el mayor pedido de 787 de Latinoamérica, valorado en aproximadamente 1.500 millones de dólares (1.124 millones de euros) a precios de catálogo, además incluye derechos de compra sobre otros 10 B-787 adicionales.

\* **Air Malta** ha designado a T&T como su agente general de ventas (GSA) en España.

T&T fortalecerá la presencia de **Air Malta** en España tanto a nivel comercial como en reservas. El teléfono de atención a agencias de viajes y pasajeros en España es: 902 999 935 para la oficina de Madrid y 902 678 123 para la oficina de Barcelona.

\* **Transavia.com** añade Paris Orly como nuevo destino desde Girona. La ruta se suma al vuelo diario que la compañía ya ofrece a Róterdam. Actualmente une Girona-Costa Brava con Paris con dos vuelos diarios en horarios cómodos y operará el servicio con modernos aviones B 737-800 de 186 plazas. El precio por trayecto es desde 24€, tasas e impuestos incluidos.

## AL VUELO

\* **SkyEurope Airlines**, ha ordenado cinco nuevos Boeing 737-700 de nueva generación. El importe de esta orden asciende a 295 millones de dólares. Actualmente tiene en curso una orden de 26 nuevos Boeing 737-700 mediante operaciones de leasing o acuerdos de compra directa.

Ha equipado sus aeronaves con lo que se denomina "blended winglets", un acabado especial de sus alas que reduce el consumo de fuel en aproximadamente un 4%.

\* **Air France** ha inaugurado el 10 de abril su nueva ruta desde Madrid hacia el aeropuerto de London City (Londres) en colaboración con *City Jet*. Esta línea está operada por "CityJet for Air France".

**Air France** ofrece 22 vuelos semanales directos entre la capital española y londinense, lo que supone 2 frecuencias diarias de lunes a viernes y una frecuencia los domingos.

La compañía ha lanzado una tarifa base Madrid-Londres de 99 euros aplicable en cualquier época del año.

También ha lanzado una oferta promocional en exclusiva al agente de viaje y acompañante por 49 euros (i/v), sujeta a condiciones particulares y tasas, impuestos y recargos por combustible sin incluir. La oferta es para billetes comprados y viajando hasta el 15 de junio 2007.

\* **La sociedad de leasing Aviation Capital Group (ACG)**, con base en los Estados Unidos, a pasado un pedido en firme de 20 aviones de la familia A320 de Airbus, (cuatro A319, catorce A320 y dos A321).

**ACG**, filial al 100 por cien de Pacific LifeCorp, cuenta ya con más de 70 aviones de la misma familia A320 en su portafolio y este pedido representa la primera transacción directa entre **ACG** y **Airbus**.

\* **Boeing** y **Aviation Capital Group (ACG)** anunciaron que la compañía de leasing ha realizado un pedido de quince B737 Next-Generation y cinco B787 Dreamliner.

El pedido, valorado en aproximadamente 1.600 millones de dólares (1.180 millones de euros) a precios de catálogo.

La flota actual de **ACG** está compuesta por 138 aviones Boeing, incluyendo 737 Next-Generation, 737 Classic, 757 y 767.

\* **Aer Lingus** ofrece por primera vez la ruta Madrid-Cork, operando con 3 frecuencias semanales en vuelo directo, con Airbus A320.

La ruta Madrid-Cork operará los martes, jueves y sábados.

También ofrece el relanzamiento de su ruta Bilbao-Dublín y hasta finales del mes de Octubre, con 3 frecuencias semanales en vuelo directo. La ruta se operará con Airbus A320.



## El Hub de Delta en el aeropuerto JFK de Nueva York

El hub de Delta en el aeropuerto de JFK de NY ocupa las terminales 2 y 3 de las nueve de que consta el aeropuerto, con 23 puertas de embarque (8 puertas en tarmac sin "finger" para aviones de la compañía y 17 para jets regionales (con 5 puertas en tarmac, sin "finger"). Desde este aeropuerto Delta opera hasta 179 vuelos a 75 destinos, los días de más actividad.

Para el verano 2007 la compañía operará desde este hub vuelos a 33 destinos internacionales de Europa, (en España vuela a Madrid y Barcelona), India, Sudamérica y Centroamérica y el Caribe.

Para poder atender el hub, Delta tiene 2.500 empleados



El Hub del aeropuerto JFK de Nueva York

### Proceso de reestructuración

El proceso de reestructuración de reorganización de Delta conlleva una transformación integral del modelo empresarial de la compañía, no es una simple reestructuración del balance, como en muchos otros casos de aplicación del Capítulo II. En septiembre de 2005 Delta presentó un plan de reestructuración integral para conseguir mejorar su situación financiera en 3000 millones anuales a finales de 2007. A finales de 2006 ya habían conseguido su objetivo, un año antes de lo previsto, Delta esta posicionada para finalizar el proceso de reestructuración según el Capítulo II esta misma primavera, como una compañía sólida, saneada e independiente.

### Flota

Los planes de reestructuración de la flota principal de Delta han permitido redu-

cir los costes de los aviones en unos 400 millones de dólares al año.

Obtuvo la aprobación del tribunal para negociar y firmar contratos de arrendamiento financiero para 13 aviones Boeing 757. Delta recibirá diez aviones 757-200 ER entre julio y noviembre de 2007 y tres aviones 757-200 ER a principios de 2008.

También le aprobaron adquirir 47 aviones y jets regionales nuevos. Entre los pedidos confirmados con Boeing tenemos cinco aviones 777-200LR, diez 737-700 y dos 737-800. Esperando recibir estos aviones entre 2008-2010. Desde 2007 hasta 2010 también recibirán 20 jets Bombardier CRJ-900.

### Reducción de costes de personal

Se alcanzó un acuerdo con el sindicato de pilotos de Delta, que entregará 280 millones de dólares de beneficios anuales a Delta y permitirá a los pilotos participar del éxito futuro de Delta que este acuerdo contribuye a hacer posible.



## Nueva identidad corporativa

La nueva identidad corporativa de **Delta** y la nueva imagen que aparecerá en sus aviones se presentó oficialmente el 30 de abril de 2007, el mismo día en que la aerolínea finalizó el proceso de reorganización según el Capítulo 11. La nueva imagen de marca conserva el emblema tradicional de **Delta**, pero refleja un estilo moderno.

Para el nuevo diseño se necesitan

menos capas de pintura, lo que reduce el peso de los aviones y disminuye la corrosión de la cola.

Con la llegada de los 787 Dreamliner y otros aviones de materiales no metálicos y de aleación, **Delta** necesitaba un diseño que cubriera el vientre del fuselaje, que actualmente va pulido. La pintura del vientre del fuselaje de un avión Boeing 777 representa un peso de 80 kg, equivalente a un pasajero.



## Fuerte presencia en España

**B**russels Airlines la nueva compañía belga de la que ya informamos en nuestro número de enero/febrero, ofrece un nuevo estilo desde el hub del Aeropuerto Internacional de Bruselas. La compañía conecta la capital europea con más de 50 destinos europeos y ofrece conexiones intercontinentales principalmente a África.

Con referencia a su presencia en España, operará hasta 15 vuelos diarios entre la península y Bruselas con salidas desde Madrid, Bilbao, Barcelona,



Valencia, Sevilla, Málaga, Palma y Murcia y una oferta de 3500 asientos.

5 vuelos diarios desde Madrid, 3 vuelos diarios desde Barcelona, 2 vuelos diarios desde Bilbao y Málaga, 4 frecuencias semanales desde Sevilla y Valencia y 1 frecuencia semanal desde Palma de Mallorca.

Además, en los meses de verano las frecuencias semanales desde Palma se incrementan a dos y habrá operativa desde Murcia con 3 vuelos semanales.



## Compra de cuatro Boeing 777-200ER

**B**ritish Airways han finalizado un pedido de cuatro Boeing 777-200ER valorados en más de 800 millones de dólares (599 millones de euros) a precios de catálogo. **British Airways** también aseguró opciones sobre cuatro 777-200ER adicionales.

**British Airways** cuenta con una flota de 43 Boeing 777, por lo que es el principal operador europeo del popular reactor.

## EE.UU. y la UE firman el pacto Cielos Abiertos

**L**a secretaria de Estado, Condoleezza Rice, y el comisario europeo de Transporte, Jacques Barrot, firmaron el pasado 4 de mayo, el acuerdo de cielos abiertos entre la UE y EE.UU. que liberaliza el tráfico aéreo a ambos lados del Atlántico.

Este acuerdo, pactado a principios de este año, abre los mercados transatlánticos a una mayor competitividad a partir del próximo año y elimina barreras muy restrictivas desde hace muchos años. La iniciativa permitirá a las aerolíneas europeas volar desde cualquiera de los 27 países de la Unión Europea a cualquier punto de Estado Unidos y viceversa.



## Nuevo Horario de Verano 2007

**C**on el nuevo horario "verano 2007" **Luxair** ofrece 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 una gran atención al pasajero y con precios muy atractivos. Desde Barcelona un vuelo diario, excepto los sábados y regreso. Madrid 2 vuelos diarios de lunes a viernes, uno los sábados y domingos y regreso.

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 la puerta a la región de Saar/Alemania, Lorena/Francia y Bélgica.

También realiza vuelos vacacionales desde/a Lanzarote (Arrecife), Fuerteventura, Gran Canaria, Málaga, Palma de Mallorca, Tenerife, Alicante, Ibiza y Jerez de la Frontera.

Para reservas e información, en agencias de viajes o al call center de **Luxair** en Málaga: 902 01 20 20 o a través de internet: [www.luxair.es](http://www.luxair.es).

## AL VUELO

\* **Malev**, hasta el 31 de Agosto, comprando un billete en clase *Business* de ida y vuelta en la ruta Madrid-Bangkok, regala el del acompañante.

\* **SAS Scandinavian Airlines** quiere ofrecer más facilidades a los pasajeros que vuelen en su clase *Business* o *Economy Extra*, además de a los titulares de la tarjeta *EuroBonus Gold*. Por ese motivo la aerolínea ofrece a estos usuarios la posibilidad de disfrutar de servicios de parking VIP gratuito durante tres días en el aeropuerto de Madrid-Barajas.

\* **Continental Airlines** ofrece un nuevo servicio diario adicional y sin escalas entre Madrid-Nueva York/Newark-Madrid, con carácter estacional.

Con este nuevo servicio, en vigor hasta el 28 de octubre de 2007, incrementa el número de plazas a disposición de los pasajeros, durante el periodo estacional de temporada alta.

\* **Boeing** y **Virgin Atlantic** anunciaron un pedido de 15 787-9 Dreamliner, el mayor pedido hasta la fecha del 787 en Europa.

El pedido, valorado en aproximadamente 2.800 millones de dólares (2.060 millones de euros) a precios de catálogo. El pedido incluye además opciones para ocho 787-9 y derechos de compra sobre 20 787 adicionales.

\* **LTU** celebró la llegada de su 13 avión de larga distancia, el nuevo Airbus A330-200, el 20 de abril de 2007, que voló hacia Dusseldorf con el nuevo diseño de la **LTU**. Para celebrarlo, la **LTU** organizó una fiesta con más de 2.500 personas entre ellos trabajadores de la empresa, personajes de la Política y Economía así como estrellas alemanas.

El primer vuelo comercial de D-Alpi tuvo lugar de Dusseldorf a Heraclion.



**IBERIA** 

# Los nuevos destinos

*Texto: Gabriela Püschel  
Fotografías: Iberia*

*Los aviones Airbus A340 son los que vuelan  
vuela a Estados Unidos y América Latina*

**E**ste año Iberia inaugura más destinos que nunca, destinos nuevos, diversos y con los que hasta ahora no había vuelos directos desde España. Para relajarse, culturizarse y divertirse, te proponemos algunos destinos top en África, Europa y América que seguro harán estas vacaciones inolvidables. Y para partir estos días de descansos sin tropiezos ni escalas, Iberia te lleva directamente a Boston, Washington, San Petersburgo, Gibraltar, Rumania y Argel. ¿Qué estás esperando?.

*Bostón es una ciudad imparable y con mucha oferta cultural*



## América te sorprende

**Boston** y **Washington** son dos destinos que no pasan de moda y que hay que visitar por lo menos una vez en la vida. La primera es una de las ciudades más antiguas de Estados Unidos y culturalmente más importantes. Fue aquí donde se gestó la independencia del país y es actualmente la capital del Estado de Massachusetts. Año a año recibe a miles de estudiantes, por lo mismo, en **Boston** se respira un aire acogedor, fresco y con mucha vida. Un paseo por esta ciudad te sumerge entre monumentos y callecitas, lo cual resulta una excelente oportunidad para comprar en las fabulosas tiendas de Newbury Street, mirar las tiendas de antigüedades y los característicos edificios de ladrillos rojos de Beacon Hill. Y cuando las temperaturas descienden, es una buena oportunidad para disfrutar de la Orquesta Sinfónica de Boston, la puesta en escena de grandes éxitos de Broadway, exhibiciones especiales en museos y la realización de importantes exposiciones. Sin duda, imperdible.



Washington

El Capitolio en Washington fue construido en 1793. Su cúpula se levantó conmemorando a la del Vaticano.

## BOSTON

**Cómo llegar:** Iberia ofrece vuelos directos entre Madrid y Boston cinco días por semana, y buenas conexiones desde la mayoría de aeropuertos españoles y europeos de su red.

Para más información, reservas y tarifas:

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

**Requisitos de entrada:** Pasaporte de lectura mecanizada.

**Moneda:** Dólar

**Clima:** Los meses de primavera y otoño son los mejores para hacer turismo en Boston. El verano es caluroso, pero siempre se puede uno escapar a los cercanos Cape Cod y las conocidas islas de Martha's Vineyard o Nantucket, típicos destinos de veraneo para los ricos y famosos de la costa Este.

## WASHINGTON

**Cómo llegar:** Iberia ofrece vuelos directos entre Madrid y Washington todos los días excepto los miércoles y viernes, y buenas conexiones desde la mayoría de aeropuertos españoles y europeos de su red.

Para más información, reservas y tarifas:

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

**Requisitos de entrada:** Pasaporte de lectura mecanizada.

**Moneda:** Dólar

**Clima:** de marzo a noviembre es la mejor época para visitar Washington, cuando la temperatura suele ser bastante agradable. Los inviernos son fríos, con temperaturas que pueden bajar de los 0° C, y los veranos bastante calurosos, alcanzando los 27° C en el mes de julio.

## Explorando frica

África tiene algo mágico que cautiva y **Argelia** es un excelente lugar para vivir ese encanto. Iberia, con su vuelo directo a Argel, te permite conocer una de las ciudades más románticas donde podrás disfrutar de sus pasillos laberínticos, de las asombrosas ruinas de Djemila y del museo de "Notre Dâme d'Afrique". Hoy día es una ciudad más moderna que conserva la zona antigua pero que tiene una parte moderna con su particular estilo francés. Y para aprovechar mejor el viaje, esta es una buena oportunidad para conocer el desierto de Sahara argelino o las ruinas de Tipaza, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Es un destino extraordinario y siempre con buen tiempo.

Argel, capital de Argelia, es el principal puerto mediterráneo del noroeste de África.

Argelia



## ARGELIA

**Cómo llegar:** Iberia ofrece tres vuelos semanales (los miércoles, jueves y domingos) entre Madrid a Argel que permiten aprovechar la semana laboral argelina y española.

Para más información, reservas y tarifas:

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

**Requisitos de entrada:** Pasaporte válido para, al menos, seis meses y visado.

**Moneda:** Dinar argelino. 1 euro son, aproximadamente, 10 dinares argelinos.

**Clima:** En verano, las temperaturas oscilan entre los 32° C en el norte y los 45° C en el desierto del Sahara. En invierno, las temperaturas son más suaves y descienden hasta los 25° C.

## El viejo continente jamás falla...

En Europa Iberia tiene tres nuevos destinos directos que te cautivarán. En diciembre de 2006 comenzó a volar a **Gibraltar**, siendo la primera compañía española en volar a aquel aeropuerto. En este lugar, que se caracteriza por la convivencia de varias culturas y por un clima muy agradable tanto en invierno como en verano, la visita al Peñón es una obligación. Esta mole rocosa, que alberga valiosa flora y fauna, fue nombrada reserva natural y desde ese lugar cualquiera se siente dueño de la mejor vista hacia las costas africanas. Por su puesto, un placer.

También a un paso del aeropuerto se encuentran magníficas playas de la costa gaditana española.

**Rumania**, recién incorporado a la Unión Europea, regala misterio y encanto. En su capital, Bucarest, conocida también como el "París" de la Europa oriental, el enigma de la leyenda de Drácula mezclado con el aroma refinado y romántico hace de esta ciudad un verdadero placer. Hay que visitar el palacio de Curtea Veche, edificado hace 600 años por el mismísimo Drácula y encantarse con el estilo francés de sus edificios. Y aprovechando el viaje directo de Iberia a Bucarest, no se puede dejar de ir a la ciudad medieval de Sibiu, elegida capital europea de la cultura este año, que invita a disfrutar de su agenda cultural y sus variadas fiestas.

Otra ciudad vibrante y cautivadora es **San Petersburgo** o "Venecia del norte", como le suelen llamar. Este extraordinario lugar es conocido por sus noches blancas, cuando el sol se esconde sólo por una hora y no oscurece. Esta maravilla se puede ver durante junio y julio, la muy buena



Gibraltar

*Iberia es la única aerolínea que ofrece vuelos directos entre Madrid y Gibraltar*

época para descubrir San Petersburgo. Sin embargo, el invierno tiene sus encantos y a pesar del frío, se puede disfrutar de los festivales culturales, el patinaje sobre hielo y de un delicioso chocolate caliente. Aquí viven más de 9 millones de habitantes, lo que hace a esta ciudad

combine armónicamente una intensa vida nocturna con una gran oferta de muestras culturales, palacios y monumentos. Un buen programa es pasear por las orillas del río Neva y tomar un barquito para navegar por los canales que rodean la ciudad.º

### RUMANIA

**Cómo llegar:** Iberia vuela tres días a la semana, y próximamente cuatro, entre Madrid y Bucarest, y ofrece buenas conexiones desde la mayoría de aeropuertos españoles.

Para más información, reservas y tarifas: [www.iberia.com](http://www.iberia.com)

**Requisitos de entrada:** Pasaporte o DNI en vigor

**Moneda:** Leu rumano. 1 euro equivale a 3,4 leus rumanos.

**Clima:** En verano, entre 22° C y 24° C; en invierno la temperatura media es de -3° C

### SAN PETERSBURGO

**Cómo llegar:** Iberia vuela dos veces por semana a San Petersburgo, dos veces al día a Moscú.

Para más información, reservas y tarifas: [www.iberia.com](http://www.iberia.com)

**Requisitos de entrada:** visado

**Moneda:** Rublo. 1 euro equivale a 35 rublos

**Clima:** En verano, las temperatura promedio es de 17° C; en invierno el promedio es de -5° C

*La entrada de Rumania en la Unión Europea beneficia el tráfico aéreo con Bucarest*

### GIBRALTAR

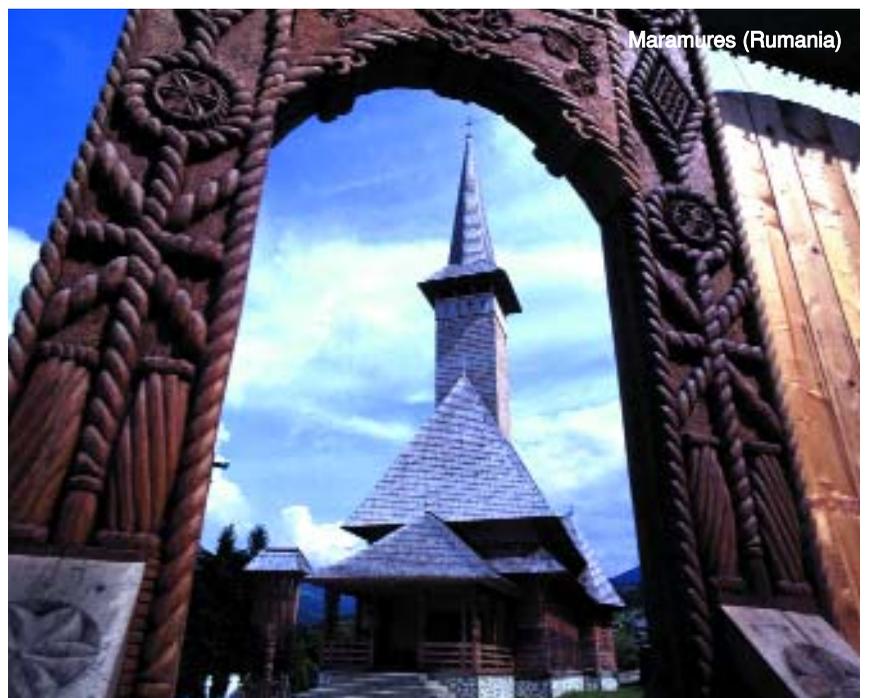
**Cómo llegar:** Iberia vuela todos los días entre Madrid y Gibraltar.

Para más información, reservas y tarifas: [www.iberia.com](http://www.iberia.com)

**Requisitos de entrada:** Pasaporte o DNI en vigor

**Moneda:** En el peñón, la libra gibraltareña. 1 euro equivale a 1,5 libras gibraltareña. (Cambio fijo respecto a la libra esterlina)

**Clima:** En verano, entre 23° C y 29° C; en invierno, entre 10° C y 15° C



Maramures (Rumania)



# EL A380 ATERRIZA EN GETAFE

El mayor avión del mundo, el Airbus A380, de 525 plazas, aterizó en la Planta de Airbus en Getafe (Madrid), siendo esta la primera vez que el avión ha estado accesible en España a medios de comunicación, empleados de Airbus e invitados.

Este A380 es el número de serie MSN9 y su presencia en España se debe a que desarrollará en la Base de la Fuerza Aérea Española de Morón de la frontera (Sevilla) una serie de pruebas de certificación de ruido, que consisten en medir el mismo en el suelo durante las fases de despegue y aterrizaje y dentro de unas condiciones específicas de masa, velocidad y tiempo.

El A380 recibió el 12 de diciembre de 2006 la Certificación de Tipo conjunta, con motores Rolls-Royce Trent 900, de la Agencia Europea de Seguridad

Aeronáutica (EASA), y de la Administración Federal de Aviación (FAA).

En el intensivo programa de pruebas en vuelo del A380 se han utilizado cinco aviones, de los que cuatro están equipados con motores Rolls-Royce Trent 900 y uno con motores Engine Alliance GP7200. Hasta ahora, los cinco aviones han acumulado casi 3.500 horas de vuelo en más de 1000 vuelos.

El MSN9 que llegó a Getafe es el único que incorpora motores Engine Alliance; en el programa de ensayos en vuelo, el avión ha realizado más de 100 vuelos totalizando más de 370 horas de vuelo, y ha realizado las campañas de pruebas en tiempo frío, en altas temperaturas y también de altitud.

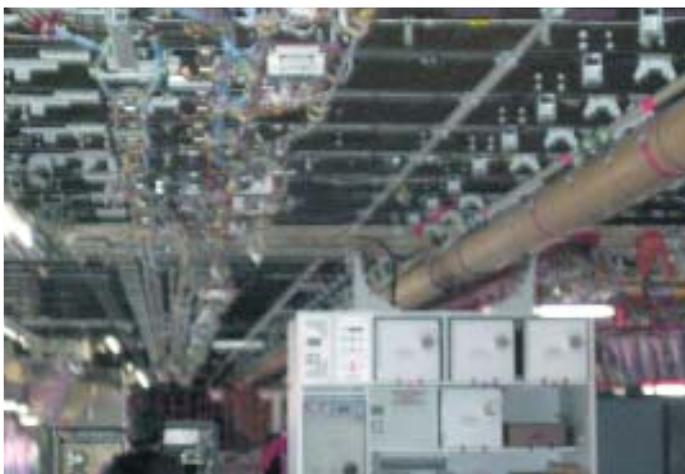
El A380-800 ha sido diseñado para transportar una media de 525 pasajeros en una configuración en tres clases,



Vista del tren de aterrizaje del A380

sobre distancias de hasta 8.000 millas náuticas/ 15.000 kilómetros, que permite a las líneas aéreas ofrecer configuraciones de asientos flexibles, además de elementos innovadores en la cabina. Hasta el momento, Airbus ha recibido 156 pedidos y compromisos de 14 clientes para el A380, y el primero debe ser entregado a su primer operador, Singapore Airlines, en Octubre 2007. °

Cabina inferior del A380



Cabina superior para las pruebas de carga





## Récord de pasajeros de Air Berlín y dba

**E**n el año 2006, un total de 19.701.771 pasajeros han utilizado la oferta de Air Berlin y su filial al 100%, dba, batiéndose con esta cifra el record de su historia, con un crecimiento del 12,6% (en 2005 transportaron 17.504.729 pasajeros), y obtuvo unas ganancias del 50,1 millones de euros.

### Desde Madrid vuela a 25 aeropuertos

Air Berlin vuela desde Madrid a 25 aeropuertos. Ofrece conexiones, via Palma de Mallorca, con 17 aeropuertos de Alemania: Berlín-Tegel, Colonia/Bonn, Dortmund, Dresden, Dusseldorf, Erfurt, Frankfurt, Hamburgo, Hannover, Leipzig/Halle, Munich, Münster/Osnabrück, Nuremberg, Pederborn/Lippstadt, Rostock/Laage y Stuttgart; 3 de Austria: Linz, Salzburgo y Viena; y 1 de Suiza: Zurich.

### La Aerolínea del año

Por segundo año consecutivo, Air Berlin, ha sido elegida nuevamente "La Aerolínea del año", en la encuesta online,

realizada por la agencia de viajes travelchannel.de.com, dentro de la categoría "Aerolíneas de low cost".

### Novedades 2007

Vuelo diario y directo entre Palma de Mallorca y Copenhague; aumentos de vuelos a Palma de Mallorca con más de 300 vuelos a la semana; Moscú y San Petersburgo desde Berlín con tres vuelos semanales. Al Golfo Pérsico vuela todos los sábados desde Munich.

En el segmento MICE han creado un asesoramiento profesional para el sector empresarial especialmente para incentivos, congresos y eventos, dirigido también a empresas y grupos.

### Adquisición de LTU

Air Berlín ha adquirido el pasado marzo la compañía LTU, por un valor de 140 millones de euros y asume entre los 190 y los 200 millones de euros de compromisos financieros netos.

LTU se mantendrá dentro

del consorcio de Air Berlín como compañía independiente, mantendrá el nombre comercial LTU por ahora, pero en cuanto al tráfico europeo, habrá una integración total de las líneas en la red de Air Berlín. LTU gestiona actualmente 15 aviones de corto y medio y 11 de largo radio.

Con esta compra Air Berlín se convierte en Europa en la cuarta mayor aerolínea, tras Ryanair, Air France/KLM y Lufthansa.°



Alvaro Middelmann Blonie, director general para España y Portugal de Air Berlín, durante la rueda de prensa celebrada en Madrid.



## Los aeropuertos españoles registraron en los cuatro primeros meses de 2007 más de 58,5 millones de pasajeros, un 8,1% más que en el mismo periodo de 2006

Los aeropuertos españoles registraron en el periodo comprendido de enero a abril de 2007 más de 58,5 millones de pasajeros, operaron cerca de 750.000 vuelos y transportaron casi 200 toneladas de mercancías. Estas cifras reflejan un significativo aumento con respecto a los cuatro primeros meses de 2006, ya que el número de pasajeros se incrementó un 8,1%; el volumen de operaciones, un 8,3%.

### Pasajeros

Un total de 58.650.171 pasajeros utilizaron los Aeropuertos Españoles en los cuatro primeros meses de 2007, con un aumento de un 8,1% con respecto al mismo periodo de 2006. Del total de estos pasajeros, 57.933.716 corresponden a vuelos comerciales (8,3%). De ellos, 31.352.647 utilizaron vuelos internacionales (7,5%) y 26.581.069 viajaron en vuelos nacionales (9,3%).

Entre los principales aeropuertos, Madrid-Barajas continúa siendo el mayor de la red con 15.654.798 viajeros, lo que supone el 13,9% más; le siguen Barcelona-El Prat, con 9.467.195 pasajeros (8,7%); Palma de Mallorca, con 4.611.627 (1,9%); Gran Canaria, con 3.651.914 (0,3%); Málaga, con 3.594.313 (1,9%); Tenerife Sur, con 3.113.925 (-1,1%); Alicante, con 2.360.792 (-0,8%) y Lanzarote, con 1.793.644 (0,5%).

### Operaciones

Entre enero y abril, los aeropuertos realizaron un total de 749.648 operaciones, lo que implica un aumento de un 8,3% con respecto al mismo periodo de 2006. Del total de estos movimientos, 640.948 corresponden a vuelos comerciales (8,1%), de los que 355.275 fueron nacionales (8,3%) y 285.673 tuvieron carácter internacional (8%). Respecto al tipo de vuelo, 559.086 fueron regulares (8,5%) y



se registraron 69.415 chárter (3,2%).

El Aeropuerto de Madrid-Barajas fue el de mayor tráfico de toda la red con 154.411 vuelos (12,2%), seguido de Barcelona-El Prat, con 111.387 (9%); Palma de Mallorca, con 46.655 (4,2%); Gran Canaria, con 38.787 (-2,4%); Málaga, con 37.531 vuelos (1,1%); Valencia, con 30.535 (15,4%); Tenerife Sur, con 23.168 (0,6%); Alicante, con 21.951 (1,7%); Tenerife Norte, con 21.463 (2,3%); Madrid-Cuatro Vientos, con 20.805 (-1,1 %); Sevilla, con 20.295 (7,2%); Sabadell, con 19.878 (48,2%) y Bilbao, con 19.346 (4,8%). °

## La T4 del Aeropuerto de Madrid-Barajas galardonada con el premio International Architecture Awards 2007f

La Nueva Área Terminal 4 del Aeropuerto de Madrid-Barajas ha recibido el premio internacional "International Architecture Awards 2007", otorgado por el museo de arquitectura y diseño The Chicago Athenaeum.

Este reconocimiento internacional, que distingue la obra de la Nueva Área Terminal 4 como uno de los mejores diseños arquitectónicos a nivel mundial, reconoce la excelencia en el diseño de edificios y proyectos de planificación urbanística, prestando especial atención a la Innovación en el diseño, la ingeniería, el uso de nuevos materiales y la sensibilidad con el medioambiente. °



## Construcción de un Helipuerto en Algeciras

- \* El Helipuerto estará finalizado en el primer trimestre de 2008
- \* Será el segundo helipuerto de la red de AENA después del de Ceuta

El Ministerio de Fomento invertirá 9 millones de euros en la construcción de un Helipuerto en Algeciras (Cádiz) según indicó la Ministra del área, Magdalena Álvarez, durante la presentación del proyecto, estando acompañada por el Presidente de AENA, Manuel Azuaga. Las obras que se realizarán consisten en la construcción de un helipuerto destinado al tráfico civil, ubicado en la cubierta del aparcamiento elevado del Puerto de Algeciras. La finalización y su posterior puesta en marcha están previstas para el primer trimestre de 2008. °

Entrevista a

# LUIS GRAU, Presidente de Costa Cruceros



*La Compañía líder en Europa, inicia su singladura en el mercado de los cruceros en la década de los sesenta alcanzando hoy una cuota de mercado de 70.000 cruceristas españoles.*

**-¿Cuándo empezó a operar Costa Cruceros y cuál ha sido su evolución?.**

Comenzó en 1870 dedicada al transporte marítimo de mercancías, principalmente aceite, entre el puerto de Málaga y varios destinos en Italia. A partir de los 60 es cuando empieza como crucerista siendo la primera que realiza cruceros en el Caribe con el Anna C. Ya sólo en España cuenta en 1992 con 3.000 pasajeros y en 2006 alcanza los 70.000, con un crecimiento continuo y progresivo, paralelo al aumento de su flota.

**- ¿Con qué flota cuenta actualmente y qué previsiones de aumento tienen?**

Ahora, primavera del 2007, dispone de 12 barcos, el duodécimo, recién inaugurado está navegando desde mayo. Contaremos con 2 nuevos barcos en 2009, otro en 2010, por lo que



llegaremos ese año a los 15 barcos, cumpliendo así con el plan de expansión previsto, con capital 100 por 100 de Carnival Corporation, la primera compañía de cruceros del mundo.

**- ¿Cuáles son los principales itinerarios de los cruceros que salen o hacen escala en puertos españoles?.**

Después de Italia, España es el país más visitado por Costa con casi 400 escalas en puertos españoles. En resumen, los principales cruceros son los clásicos por el Mediterráneo occidental, saliendo de Barcelona y Palma de Mallorca; los de invierno, desde Málaga y Santa Cruz de Tenerife y los de largo recorrido hasta las Islas Griegas, Norte de Europa, Caribe y Florida. A partir de octubre próximo iniciaremos una escala en Alicante y, para más adelante, en Valencia. Por el norte, realizamos escalas en Vigo y La Coruña

**- ¿Poseen algún certificado de calidad, tanto sus barcos como los servicios hoteleros que ofrecen a bordo?**

Estamos muy orgullosos de ser la primera compañía del mundo que ha recibido el prestigioso certificado **Best**

4, entregado por el Registro Naval Italiano (RINA), garantizando el respeto de la Compañía por los más altos estándares internacionales por la Calidad, Seguridad, Protección del Medio Ambiente y Responsabilidad Social. Además, somos también la primera naviera que recibió en 2005 la distinción bandera verde **Green Star**, de la Agencia Europea de Medio Ambiente, en reconocimiento a la no contaminación de sus barcos.

**- Según está el mercado actual ¿estima que existe suficiente demanda para una oferta cada vez más amplia y variada?**

Por supuesto. El mercado potencial está todavía en plena expansión. En una encuesta realizada en el año 2003, los españoles que estaban dispuestos a gastar 3.000 euros (medio millón de las antiguas pesetas) en un crucero de tipo medio eran 500.000 y en las últimas encuestas se ha duplicado esta

**Esta primavera  
se acaba de incorporar  
su duodécimo barco**

## Para Costa Cruceros, España es el tercer mercado en importancia, sobrepasando a Francia

cifra. Actualmente, el mercado español de cruceros es el cuarto de Europa y es el que más ha crecido en los últimos años, sobrepasando a Francia, siendo lógicamente compartido con otras compañías. En 2006 han sido 370.000 viajeros en total los que han comprado algún crucero (españoles o residentes en España). En 2007, el aumento previsto en Europa es del 10% y en España se espera alcanzar el 22% aunque, lógicamente, también dependerá del incremento paralelo de la flota. Para Costa Cruceros, España es el tercer mercado en importancia y para este año se espera alcanzar el millón de cruceristas en total.

### - Habida cuenta de la fuerte competencia en el sector ¿pueden ofrecer un producto diferenciado que atraiga a sus clientes potenciales?

Lo normal es que el cliente se deje aconsejar por su agente de viajes. A mi juicio, Costa Cruceros posee tres atributos bien definidos: ser la mayor compañía de cruceros europea con clientela internacional aunque con un toque italiano en donde se cuida mucho al cliente español, disponer de los barcos más grandes por su capacidad con las más modernas tecnologías y una edad media de su flota muy baja ya que el más antiguo data de 1990 y ha sido remodelado.

### - ¿Piensan promocionar los cruceros temáticos y los de congresos e incentivos?

Dedicamos una especial atención a promocionar los cruceros de todo tipo de reuniones y también los temáticos. Ahora, además de las zonas tradicionales de los barcos con Spa, existen zonas específicas para la salud, la belleza y tratamientos especiales, disponibles en nuestros buques insignia y con gran aceptación entre los pasajeros femeninos.

### - ¿Qué importancia dan al capital humano?

Muy alta. Aunque nuestros viajeros italianos llegan casi al 50%, el resto habla básicamente lenguas latinas y es multicultural. La formación y entrenamiento del personal es muy difícil y costosa. Disponemos de ocho centros de formación en todo el mundo, situados básicamente en Sudamérica y en Extremo Oriente. Sólo como anécdota piense Vd. en las múltiples formas en que un pasajero español puede pedir un simple café en el bar del barco y conseguir ser entendido perfectamente por el personal.

### - ¿Es ya operativa la nueva terminal "Palacruceros" en Barcelona?

Sí, su inauguración oficial fue el 24 de abril. Es una gran terminal portuaria en un edificio singular y moderno, distribuido en dos plantas, con un total de más de 10.000 metros cuadrados, la mitad cubiertos, que ha supuesto una inversión de 12 millones de euros. Situada en buena parte encima del mar, nada más llegar el pasajero experimenta la sensación de entrar en el mismo barco. Tiene capacidad para recibir simultáneamente dos barcos de tonELAJE medio, entre 70.000 u 80.000 toneladas y uno grande, de más de 150.000.

### - ¿Cómo son sus relaciones con las agencias de viajes? ¿Emplean algún otro sistema de distribución?

Excelentes ya que son nuestro único canal de distribución y ventas. Nuestra página web es sólo accesible para recabar información pero no para que el cliente final pueda adquirir ningún pasaje. La comisión media a las agencias oscila entre el 12 y 15% en función del volumen de ventas. Aplicamos un sistema de tarifas con precio mínimo y precio máximo. La reserva anticipada premia al cliente con mejores precios. Después, los precios van subiendo en

función de la disponibilidad, con el compromiso de que éstos, en todo caso suben pero nunca bajan ya que la oferta de última hora esta vetada. Para hacer más fácil esta reserva anticipada, el pasado 15 de febrero lanzamos el nuevo catálogo anual 2008 (Ver TAT de marzo-abril)

### - ¿Cuáles son las claves de éxito de Costa Cruceros?

Costa Cruceros ha sido la primera compañía que ha invertido fuerte en el mercado español y a base de marketing y publicidad, se ha impuesto por encima del resto de las empresas, consolidando una marca de prestigio internacional, gracias a grandes barcos, la más completa variedad de itinerarios, unos servicios excelentes, un grado de satisfacción de nuestros clientes óptimo, entorno al 97% y un elevado índice de fidelización.

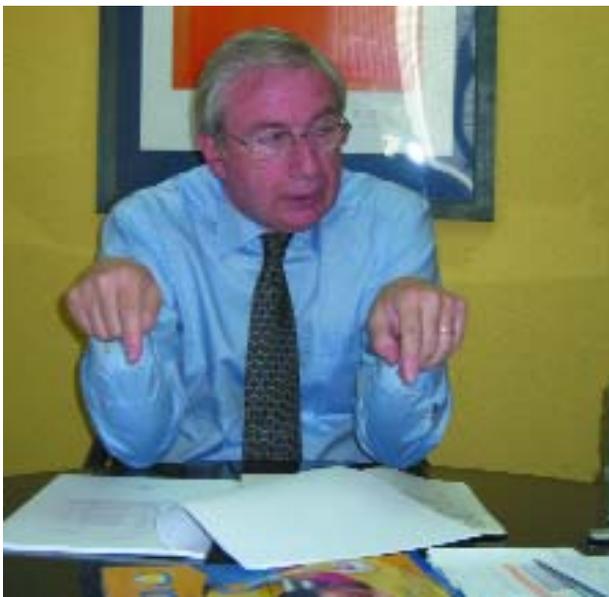
### - ¿Cuál ha sido su trayectoria profesional hasta el presente?

Inicié mi trayectoria profesional trabajando en los gabinetes de diferentes empresas de RRPP y comunicación en Barcelona Después pase durante algunos años a dirigir el gran Scala, restaurante-espectáculo de la ciudad condal, en donde tuve oportunidad de entrar en contacto con el mundo del turismo hasta junio de 1993 en que paso a la dirección comercial de Costa en Barcelona y después en Madrid. Ahora ocupo el cargo de presidente y consejero delegado de la Compañía en la oficina principal de Barcelona.

### - ¿Cuál se su estilo de dirección?

Para mí es fundamental trabajar en equipo, integrando al personal que es el primer valor de la empresa. La formación, la cooperación, la aportación de nuevos sistemas operativos, las nuevas ideas y sugerencias, etc, es la base de todo el engranaje de la compañía. En España, actualmente contamos con 51 empleados fijos y 14 en régimen temporal, disponiendo de dos call-center permanente conectados, ubicados una en Madrid y otro en Barcelona. °

**José Antonio Fernández Cuesta**





## Nuevo Centro de Turismo de la ciudad de Madrid



*El alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, durante la inauguración del nuevo Centro de Turismo*

**E**l Alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, inauguró el 9 de mayo el nuevo Centro de Turismo Colón, que se constituye como punto de partida clave para la visita de la ciudad gracias a su situación en una de las zonas más emblemáticas del Madrid futuro: el Eje Prado-Recoletos.

Este Centro recoge, sobre todo, la amplia y variada oferta turística y cultural de la capital.

La singularidad de este espacio es la integración de una vía pública como es el subterráneo de Colón que se seguirá utilizando como paso de peatones, con un servicio público como es la atención e información turística.

El espacio disponible es de 804 metros cuadrados, que junto con cuatro apéndices en forma de escaleras y rampas de acceso conforman un total de 1.017

metros cuadrados útiles.

Dentro del Centro se han diseñado varias modalidades para informar a los visitantes: una zona de recepción y atención personal al público; un espacio de consulta de publicaciones sobre la capital; y un área multimedia con ocho puntos de acceso gratuito a Internet y al portal **esMADRID.com**.

Destacan las dos salas audiovisuales. En la primera de ellas, cerrada y con un aforo de 72 personas, se han programado una serie de reportajes monográficos promocionales sobre Madrid que invitan al turista a conocer la ciudad, con documentales que nos muestran Madrid como plató cinematográfico o elementos tan simbólicos como sus cielos. Esta oferta se completará, cada media hora, con agendas que exponen la amplia oferta cultural y de ocio de la capital.

En la otra sala audiovisual, abierta y con capacidad para 49 personas, puede seguirse la emisión en directo de **esMADRIDtv**, el canal de televisión con el que el Ayuntamiento de



Sala audiovisual

Madrid promociona la imagen de la ciudad a través de la Televisión Digital Terrestre (TDT), de plataformas de cable y de Internet en **esMADRID.com**.

Además, hay un espacio habilitado para la venta de las diferentes versiones de la tarjeta turística Madrid Card; junto con zonas de control, servicios y aseos.

El horario de funcionamiento del Centro de Turismo Colón es de 09.30 a 20.30 horas ininterrumpidamente los 365 días del año.

Durante el 2006, la Ciudad de Madrid acogió a 6.745.123 viajeros, un 5,2% más que en 2005. Estas cifras ponen de manifiesto la necesidad de reforzar los servicios de acogida a los visitantes de la ciudad. Como dato significativo, baste decir que durante el año 2006 estos servicios atendieron a 744.936 personas. °

# Gibraltar marca la diferencia



*Gibraltar se ha desmarcado en los últimos años como una apuesta turística novedosa y diferente, capaz de aunar en un mismo destino todas las características que el viajero anhela a la hora de planificar su viaje o escapada. Ocio, naturaleza, deportes acuáticos, clima inigualable, patrimonio histórico,*

*gastronomía, oferta hotelera, y por si fuera poco, desde el mes de diciembre, facilidades de viaje gracias a la apertura de los vuelos entre Madrid y La Roca, producto de los acuerdos tripartitos acordados en Córdoba entre los gobiernos español, británico y gibraltareño.*



## Vuelos directos desde Madrid

Aunque acceder a Gibraltar nunca ha supuesto un problema para el turismo español, es indudable que el inicio de los vuelos directos entre Madrid y La Roca han abierto grandes expectativas al sector turístico gibraltareño. En la actualidad, dos compañías aéreas operan entre la capital española y Gibraltar: Iberia y GB Airways, aerolínea esta última que vuela bajo licencia de la británica British Airways. De esta forma, no sólo es posible la conexión con el Peñón en tan solo 55 minutos, sino que ya es factible ir a Gibraltar en vuelo matutino para regresar en el mismo día por la tarde-noche, ideal para viajes de negocios por ejemplo, lo que ha supuesto una inyección de vitalidad a la vida económica del propio Gibraltar y de su entorno.

**Patrimonio y naturaleza:  
todo es uno**

Los amantes de la naturaleza en toda su extensión están de enhorabuena a la hora de decantarse por Gibraltar para disfrutar de su escapada o vacaciones. Y es que toda la parte alta del Peñón es una reserva natural cuya riqueza en especies sólo es igualable a la belleza que ofrece su paisaje. Si lo comparamos con las tierras que rodean Gibraltar, el Peñón es su antítesis: cientos de plantas y flores imposibles de encontrar en cualquier otro lugar de la Península Ibérica, aves que surcan los cielos del Estrecho como parte de sus rutas migratorias, grutas excavadas en el propio Peñón por la fuerza de la naturaleza, y cómo no, los famosos monos gibraltareños o “apes”, que tienen su hogar en la gran Roca y hacen las delicias de los turistas ávidos en fotografiarlos.

Sin embargo, si hay algo que sorprende al visitante que llega a

Gibraltar por primera vez es la enorme cantidad de cuevas, túneles y grutas que existen dentro del Peñón, todas ellas con posibilidad de ser visitadas. La Cueva de San Miguel es uno de esos regalos que la naturaleza concede a unos pocos elegidos y en muy contadas ocasiones. Se trata de una gruta natural perfectamente preparada para visitas turísticas en la que el visitante se adentra en un viaje que se remonta a millones de años a través de las bellas estalagmitas y estalactitas que decoran todos sus rincones. Dentro de la Cueva de San Miguel existe una gran sala que ha sido reconvertida en auditorio, en la que se celebran todo tipo de actos: representaciones teatrales, artísticas, conciertos, ballets e incluso presentaciones de producto. Es sin duda, una alternativa original y única que no deja indiferente a nadie. Durante la II Guerra Mundial, y por casualidad mientras se realizaban unas excavaciones para acondicionar los Túneles de la II Guerra Mundial, de los que hablaremos más adelante, fue des-

cubierta la que se denomina Cueva Baja de San Miguel. Esta gruta no ha sido acondicionada para visitas turísticas masivas, aunque sí que se puede acceder a ella previa solicitud de día y hora a la Oficina de Turismo de Gibraltar, en grupos pequeños, y con un guía experto en todo momento. Los amantes de la espeleología no deben perderse la oportunidad de adentrarse en las entrañas del Peñón a través de los pasadizos de esta cueva, que desembocan en un bello lago subterráneo de inigualable belleza.

El patrimonio histórico se da la mano con la naturaleza en numerosos puntos del Peñón. Tal es el caso de los Túneles del Gran Asedio y los Túneles de la II Guerra Mundial, dos grutas excavadas por el hombre, que albergan parte de la riqueza histórica que ha vivido Gibraltar desde hace cientos de años. En la actualidad, existe un tour denominado “Rock & Fortress” (Peñón y Fortaleza), que combina ambas galerías y sus características propias el siglo XVIII en el





### Más información:

caso de los del Gran Asedio, y del siglo XX, en el caso de los Túneles de la II Guerra Mundial. Resulta impresionante comprobar cómo unos pocos hombres con herramientas rudimentarias fueron capaces de excavar unas galerías de tales dimensiones. No menos sorprendente es comprobar los kilómetros de túneles realizados durante la II Guerra Mundial, con galerías de grandes dimensiones, quirófanos y hasta centrales eléctricas, cuyo fin era albergar a la población gibraltareña en el caso de un ataque al Peñón por parte de las tropas alemanas.

### Ocio y diversión asegurados

Ya en la ciudad, Gibraltar ofrece a sus visitantes vastas posibilidades de ocio y actividades para el tiempo libre. Una de las principales, y por las que Gibraltar se caracteriza, son las compras. Ir de compras por la ciudad de Gibraltar, concretamente por su calle más comercial, Main Street, es una delicia para los sentidos. Desde prendas de piel, licores, tabaco, perfumes, artículos electrónicos, sedas de oriente... hasta piezas de cristal elaboradas artesanalmente en su ya

famosa Fábrica de Cristal ubicada en Casemates Square, centro neurálgico de la sociedad gibraltareña.

En Gibraltar el mar juega un papel protagonista. Existen tres puertos marítimos en los que es posible disfrutar en los más selectos restaurantes rodeados de un ambiente inigualable. Precisamente estos puertos deportivos sirven como base para los barcos que recorren la bahía de Gibraltar en busca de delfines, que siempre están dispuestos a acompañar a las embarcaciones en familias de cientos. Si el viajero tiene suerte, podrá también contemplar alguna especie de ballena.

Otra apuesta segura para pasar una jornada de ocio es el Teleférico de Gibraltar. Conocido localmente como "Cable Car", el teleférico de La Roca está catalogado entre los más avanzados de Europa gracias a su oferta de tours multimedia audiovisuales, en los que gracias a unos avanzados dispositivos, el turista puede escuchar la descripción de lo que está viendo hasta en ocho idiomas diferentes. Todo ello sin olvidarnos de las impresionantes vistas panorámicas que se pueden divisar desde el teleférico, en cuya cumbre se encuentra un restaurante. °

#### Idioma

La lengua oficial de Gibraltar es el inglés, aunque el español está ampliamente extendido.

#### Cómo llegar

Iberia y British Airways (operado por GB Airways) operan los vuelos diarios entre Gibraltar y Madrid, que tienen una duración de unos 55 minutos. La frontera entre Gibraltar y España se encuentra abierta las 24 horas del día y siete días a la semana para vehículos y peatones. No hay limitación en el número de veces que se puede atravesar la frontera.

#### Requisitos de entrada

Es necesario D.N.I. o pasaporte vigente.

#### Moneda

La moneda de curso legal en Gibraltar es la Libra Gibraltareña –billetes y monedas-, aunque también se admite la Libra Esterlina. En Gibraltar hay un amplio abanico de bancos británicos e internacionales. Las tarjetas de crédito, los cheques de viaje y los Euros también son aceptados en la mayoría de sus comercios.

#### Hoteles

En Gibraltar existe una amplia gama de hoteles para todos los gustos y presupuestos que están clasificados según sistema de la Asociación Automovilista del Reino Unido y la Oficina de Turismo de Gibraltar. Muchos de ellos disponen de salas para reuniones de negocios, congresos y convenciones.

#### Oficina de Turismo de Gibraltar

Torres de Colón - Torre I, 3ª planta A  
Plaza de Colón - 28046 Madrid  
Tel.: 91 559 62 59

E-mail: [info@turismogibraltar.com](mailto:info@turismogibraltar.com)

[www.gibraltar.gov.gi](http://www.gibraltar.gov.gi)





**Comunidad de Madrid**

## Se propone alcanzar los 12 millones de turistas

El consejero de Economía e Innovación Tecnológica, Fernando Merry del Val, aseguró que el excelente comportamiento del turismo no es coyuntural, sino que continuará creciendo en los próximos años. Además, señaló que los estudios con los que cuenta la Comunidad de Madrid "nos hacen ser optimistas y permiten que trabajemos con un horizonte al final de la próxima legislatura de 12 millones de turistas".

El titular de Economía regional se pronunció así en su intervención en el foro sobre el "Futuro del Sector Turístico en la Comunidad de Madrid", organizado por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM) celebrado en Alcalá de Henares. En este foro han participado, entre otros, Gerardo Díaz Ferrán, presidente de CEIM y de la Cámara, y Fermín Lucas, director general de IFEMA.

El turismo ha sido una apuesta muy importante y se ha realizado un importante esfuerzo por la promoción turística, por lo que pasamos de los 3 millones que se dedicados a promocionar la región madrileña en el 2003 a los 20 millones que vamos a dedicar durante este año y creamos un nuevo modelo de promoción turística en base al Consorcio Turístico de Madrid. °

## La Comunidad quiere convertir a la región en un referente gastronómico internacional

El consejero de Economía e Innovación Tecnológica, Fernando Merry del Val, presentó las diferentes actuaciones que se van a realizar este año encaminadas al desarrollo del proyecto "Madrid Escenario Internacional de la Gastronomía 2007" con el objetivo de dar una mayor difusión, tanto a nivel nacional como internacional, de lo que la Comunidad de Madrid ofrece en materia de alimentación, restauración y gastronomía.

Entre las actividades previstas está la puesta en marcha de la página web [www.madridgastronomia.org](http://www.madridgastronomia.org), que permitirá mostrar todos los atractivos de la región desde el punto de vista gastronómico, incorporándose, constantemente actualizadas todas las informaciones de eventos y

actuaciones que tendrán lugar a lo largo del año.

### Turismo gastronómico

En este sentido, a través del Consorcio de Turismo, se van a organizar en 2007 diferentes actividades como catas de vino y aceite en ferias nacionales e internacionales, así como la publicación de una guía gastronómica y folletos divulgativos traducidos a todos los idiomas. °



## Buena marcha del turismo español durante el gracias al incremento de principales mercados emisores

El ministro de Industria, Turismo y Comercio, Joan Clos, durante su visita a la Bolsa Internacional del Turismo (ITB) de Berlín, hizo balance turístico del año 2006 en España. En este sentido, destacó como "España ha sabido mantener el elevado nivel de entradas de turistas registrado durante 2005", hecho calificado como "muy positivo". Prueba de ello ha sido el aumento del 4,5% en el número de llegadas, que supone un aumento de 2.874.000 turistas en cifras absolutas.

### Horizonte 2020

Con la intención de mejorar la calidad de la oferta turística española, se ha iniciado una profunda reflexión en torno a este ámbito en el horizonte del medio y largo plazo. El proyecto en el que se enmarcan todas estas acciones se denomina "Horizonte 2020". Su objetivo, "es realizar un diagnóstico que permita la adopción de las medidas necesarias para que España pueda seguir defendiendo con éxito su posición de liderazgo en el contexto turístico mundial". Esta iniciativa se ha puesto en marcha implicando a expertos, instituciones, organismos públicos y al sector privado. °



# LOS CRUCEROS CONTINÚAN CON EL VIENTO A FAVOR

**E**spaña se ha convertido en uno de los países de referencia de Europa en cuanto al mundo de los cruceros se refiere, el crecimiento sostenido que se inició en el año 1993 con el desembarco de la naviera Costa en nuestro país que con su firme y decidida apuesta por los cruceros en España ha dado sus frutos durante todos estos años, la progresión ha superado inclusive a los

estudios más optimistas que vaticinaban que el crecimiento raramente alcanzaría el 20 %, la realidad ha demostrado que el crecimiento ha sido sostenido durante todos estos años, superando la mayoría de los años el 20 %.

En la actualidad continúa el ascenso con previsiones de crecimiento cercanas al 20%, este año 2007 se espera llegar a los 400.000 cruceristas y según todos los estudios el

futuro también se presenta muy prometedor, al menos para los próximos siete años, con crecimientos que oscilarán entre un 15% y un 20%, es posible que dentro de siete u ocho años el crecimiento continúe pero en menor medida. El fenómeno ha sido único y espectacular, ningún otro producto en la historia del turismo había demostrado una salud tan envidiable de una manera tan continuada y durante tantos años, hay

que tener en cuenta que España se encontraba con escasamente 15.000 cruceristas en el año 1992, y a partir de 1993 ha sido cuando se inició este despegue, en otros países europeos de nuestro entorno también se ha producido este crecimiento pero con cifras sensiblemente más bajas, entre un 10% y un 15%. El líder indiscutible en Europa sigue siendo Gran Bretaña con valores que superan el millón de cruceristas anuales, seguido de Alemania, Italia, Francia y España, estamos ya en el 5º lugar de Europa, y si los vaticinios aciertan en poco tiempo nos situaremos en el 4º lugar.

Lo que algunos llaman el hermano menor de los cruceros marítimos, los cruceros fluviales, más tardío pero también están experimentando unos crecimientos importantes, con cifras más significativas en cuanto a su desarrollo desde cinco años atrás, y me refiero principalmente a los cruceros de Centroeuropa con el Volga incluido. Son cruceros distintos a su hermano mayor los marítimos pero no por ello dejan de tener sus atractivos y probablemente lo más interesante un importante mercado aún por abonar. Las diferencias de los cruceros fluviales con los marítimos son significativas, probablemente una breve pero completa definición de los cruceros fluviales sea que son el placer de navegar admirando el paisaje, degustando una excelente gastronomía de la zona y recibiendo unas buenas lecciones de conocimiento de los lugares que se visitan. En los marítimos el



paisaje se disfruta generalmente cuando nos aproximamos al puerto o cuando partimos, aunque también existe el placer de navegar relajadamente admirando el mar, en la gran mayoría de los casos se aprovecha las horas nocturnas para navegar, durante el día se realizan las visitas en tierra, el importante número de horas transcurridas en el interior del barco provocan que sea tan primordial la elección del barco, por ese motivo sus instalaciones y servicios serán fundamentales para sacar el máximo rendimiento y disfrutar de la

vida a bordo en los cruceros marítimos a diferencia de los fluviales.

La excelente posición, en lo que a cruceros se refiere, de España en Europa, crecimiento que inició en 1993 Costa Cruceros, ha motivado un desarrollo, consolidación y en algunos casos instalación de representaciones propias de las compañías navieras más importantes del mundo, como por ejemplo y más recientemente la prestigiosa naviera Royal Caribbean y anteriormente MSC Cruceros y más recientemente la línea de cruceros P&O anuncia su





desembarco en España en los próximos meses.

**Costa Cruceros** sigue siendo una de las compañías líderes del mercado español, han sabido perfectamente captar la idiosincrasia española, y con un marketing y una comercialización extraordinarias se han posicionado en un lugar de privilegio, tampoco se queda rezagado en esta singladura que marca el mercado y de cara al futuro tiene previsto realizar dos inauguraciones, en este año el Costa Serena y para el 2009 el Costa Luminosa.

El grupo **Royal Caribbean** en una línea de progresión excelente, con un producto de calidad superior, también tiene previsto inaugurar varios barcos en el 2008 el Solstice de Celebrity Cruises y el Independence of The Seas de Royal Caribbean, ya en el 2009 el Génesis que se convertirá en el barco más grande del mundo.

**MSC Cruceros** igualmente imparable, tiene previsto inaugurar en el 2008 el MSC Poesía y en el 2009 otro barco todavía por determinar el nombre.

Otras navieras de importante nivel también tienen previsto inauguracio-

nes, como **Cunard** que en el 2007 inaugurará el Queen Victoria, el Eurodam de la **Holland America Line**...

**Pullmantur Cruises** perteneciente ya al grupo Royal Caribbean, continúa igualmente su progresión con algunos cambios en su flota en el 2007, con ambiente español a bordo y un buen servicio, probablemente las claves de su éxito, al igual que **Iberojet Cruceros** y **Globalia Cruises** con ambiente esencialmente español.

**Norwegian Cruises Line** otra de las navieras que esta penetrando en este mercado, con excelentes barcos y su novedoso "Freestyle Cruising" o disfrutar de un crucero a su aire, es otra de las navieras que comienza a posicionarse, que en 2007 inaugurará su flamante Norwegian Gem.

Recientemente también otra naviera ha entrado en este mercado es la naviera de cruceros **Vision Cruises** que como novedad realiza sus salidas desde el puerto de Alicante, algo que desde luego es interesante ya que nuestro país posee además de Barcelona, que ya se ha consolidado como puerto de cruceros más impor-

tante del Mediterráneo, existen otros puertos también con interesantes atractivos y excelentes prestaciones que debemos de tener en cuenta, como son: Valencia, Alicante, Málaga, Cádiz... y en el norte igualmente: La Coruña, Vigo, Santander, Bilbao..., sirva para animar a "Puertos del Estado" a que continúe con su buena labor de promoción de los puertos españoles, además de los numerosos ayuntamientos costeros que con su concienciación han comprendido la importancia de los cruceros para la economía de su zona. Los últimos datos del año 2006 son que 1,2 millones desembarcaron en el puerto de Barcelona y aproximadamente 2 millones de cruceristas en los otros puertos españoles: Palma, Málaga, Vigo, Canarias...

Finalmente no podemos olvidar al Tour Operador más importante de cruceros en España: **Un Mundo de Cruceros** que representa a un importante número de compañías navieras y que con su magnífica labor también están consiguiendo posicionarse en un buen lugar en este ya competitivo mercado.

Esta evolución se está apreciando en las recientes construcciones de

los barcos más grandes del mundo, nunca se habían construido barcos con estas dimensiones, muchos los denominan ciudades flotantes, y no

- 1.- *Liberty of the Seas (Royal Caribbean)* de 158.000 trb y con una capacidad de 4374 pasajeros.
- 2.- *Freedom of the Seas (Royal Caribbean)* de 158.000 trb y 4374 pasajeros.
- 3.- *Queen Mary 2 (Cunard)* de 148.528 trb y 3090 pasajeros.
- 4.- *Costa Serena (Costa Cruceros)* de 112.000 trb y 3800 pasajeros.
- 5.- *Costa Concordia (Costa Cruceros)* de 112.000 trb y 3800 pasajeros.
- 6.- *Carnival Liberty (Carnival)* de 110.239 trb y 3700 pasajeros.
- 7.- *Carnival Freedom (Carnival)* de 110.239 trb y 3700 pasajeros.

Con tonelaje menor que estos se encuentran de la naviera *Carnival* (serie *Conquest*) de 105.000 trb, *Costa Fortuna*, *Costa Magica*...

En el año 2009 el barco más grande será el *Genesis* (Proyekt *Genesis* de *Royal Caribbean*), con 220.000 trb y más de 5.000 pasajeros.

*Nota: los datos ofrecidos son del Tonelaje bruto (trb) y el número de pasajeros en ocupación máxima.*



les falta razón, en estos momentos los más grandes del mundo son:

En cuanto a los cruceros fluviales destacamos a dos compañías en España, **Politours River Cruises**, pioneros en la introducción de los cruceros en España de la mano de su Presidente Don Manuel Buitrón, que fue quién con una visión de empresario encomiable apostó por este producto hace ya varios años, dirigiendo el producto hacia el mercado español con guías cualificados de habla española, es muy importante este

aspecto en un viaje de estas características ya que las visitas son fundamentales, la otra compañía es la más importante de Europa en cruceros fluviales es **Croisieurope**, con el programa más amplio de cruceros por Europa, descubriendo cruceros al mundo como las maravillosas travesías por el Duero, Guadalquivir o Guadiana, además de los fantásticos cruceros por Centroeuropa: El Rhin, El Danubio, El Sena, El Ródano, El Po, El Tamesis...



## Las zonas geográficas en los cinco continentes actuales

### EUROPA

#### Mediterráneo:

Temporada: aunque pueden existir cruceros durante todo el año, los meses comprendidos entre abril y octubre es en los que se programan el mayor número de salidas, que coincide con la mejor época climatológica.

Duración: la mayoría de los cruceros tienen una duración de 7 días, aunque también pueden existir algunos en fechas concretas de menor duración, y en mayor número de larga duración, cruceros de 10 días o más.

#### Puertos principales de salida:

- Italia: Venecia, Génova, Savona, Nápoles y Civitavecchia (Roma).
- España: Barcelona, Valencia, Alicante y Málaga.
- Grecia: El Pireo (Atenas).
- Francia: Marsella, Niza y Cannes.
- Turquía: Estambul.

#### Países Nórdicos, Báltico y Fiordos Noruegos:

Temporada: suelen comenzar en el mes de mayo y se extienden hasta el mes de septiembre, aunque la mayoría se programan durante los meses de junio, julio y agosto, coincidiendo con las temperaturas más suaves.

Duración: existen cruceros de 7 días y de mayor duración (12, 15 días...) principalmente los que realizan travesías hasta Cabo Norte. El crucero más espectacular y conocido es el denominado "Crucero del Sol de Medianoche" que llega hasta Cabo Norte, donde por la situación geográfica en que se encuentra, en esta época la mayoría de horas son diurnas, el máximo esplendor se observa en los meses de junio y julio, donde hay fechas con 24 horas permanentes de luz.

#### Puertos principales de salida:

- Dinamarca: Copenhague.
- Holanda: Ámsterdam.
- Gran Bretaña: Southampton, Dover y Harwich.
- Suecia: Estocolmo.

### AMÉRICA

#### Caribe:

Temporada: todo el año.

Duración: existe un amplio abanico de posibilidades, aunque la mayoría de los cruceros son de una duración de 7 días, también pueden existir algunos de menor duración (3, 4 días...) y de mayor duración (10, 12, 14 días...)

#### Puertos principales de salida:

- E.E.U.U.: Miami, Fort Lauderdale, San Juan de Puerto Rico, Puerto Cañaveral, Nueva York, etc.
- Barbados: Bridgetown.
- República Dominicana: La Romana.
- Cuba: La Habana.

#### Alaska:

Temporada: de mayo a septiembre

Duración: la mayoría son cruceros de 7 días de duración.

#### Puertos principales de salida:

Canadá: Vancouver y EEUU: Sattle.

#### Travesías:

Seward, Glacier Hubbard, Juneau, Skagway, Icy Strait, Ketchikan, Glacier Bay, etc.

### ASIA

Temporada: de noviembre a marzo.

Duración: a partir de 7 días.

#### Puertos principales de salida:

- China: Hong Kong,
- Tailandia: Bangkok y Phuket,
- Singapur.
- Vietnam: Ho Chi Minh-Ville.

#### Travesías:

- Phuket, Iles Surin, Similan Islands, Ko Rok Nok, Langkawi, Phi Phi Islands, Phang Nga.
- Phuket, Butang Group, Penang, Ko Li Pe, Ko Khai Nok, Phang Nga, Similan Islands.
- Tailandia, Malasia y Singapur.
- Singapur, Tailandia y Vietnam.
- Tailandia, Vietnam y Malasia.
- Myanmar.

### ÁFRICA (Océano Indico).

Temporada: la mayoría desde noviembre a marzo, algunas salidas resto del año.

Duración: a partir de 7 días.

#### Puertos principales de salida:

- Seychelles: Mahé
- Kenia: Mombasa

#### Travesías:

- Islas Seychelles, Madagascar, Maldivas, Sudáfrica, etc.

### OCEANÍA (Océano Pacífico).

Temporada: todo el año (Islas Hawai y Polinesia).

Diciembre y enero principalmente, probable otros meses (Australia y Nueva Zelanda)

Duración: a partir de 7 días.

#### Puertos principales de salida:

- Islas Hawai: Honolulu
- Tahiti: Bora Bora, Papeete
- Australia: Sydney.
- Nueva Zelanda: Auckland.

#### Travesías:

- Islas Hawai, Polinesia...
- Australia, Nueva Zelanda, Tasmania, etc.

Pero los canales de crecimiento de los cruceros son diversos, también nuestro país se está haciendo eco de lo que en otros países llevan años ofreciendo, son los denominados **cruceros temáticos**, que se realizan en fechas concretas y se hay de diferentes temas o sectores, probablemente los más conocidos por sus peculiaridades sean los programados para solteros y solteras, que tanto éxito han tenido y que siguen produciéndose. Según datos de la Cruise Lines International Association, aproximadamente un 1% de los cruceristas viajan solos. Pero a diferencia de hoteles, en los que el suplemento por uso individual es más reducido, en los buques de crucero se paga por cama. Los camarotes suelen ser dobles, y el armador pretende siempre llenarlos. Este mercado, que supone hoy 300.000 cruceros a nivel mundial, pero que teniendo en cuenta que hay más de 6,5 millones de singles en España y entre 35 y 38 millones en Europa, tiene un potencial de crecimiento muy elevado, realizar un crucero supone pagar un sobrecoste entre un 25 y un 100%, sobre el precio marcado para un camarote en ocupación doble, pero la realidad es que lo que se programa se comercializa con éxito. Otros cruceros temáticos son los programados para los amantes de la buena mesa, los denominados gastronómicos, que por lo general gozan de buena aceptación, también existen para los aficionados a un tipo de música determinada: jazz, clásica, música de grandes éxitos, para los más aficionados al baile..., para los aficionados al golf, cuidados del cuerpo, fotografía, etc. Estas compañías programan "cruceros temáticos" en salidas concretas durante todas las temporadas, preparan y organizan estos cruceros con invitaciones a personalidades representativas del tema o asunto de que se trate para motivar la demanda, la decoración es también importante, cuidan al detalle la ornamentación y los decorados, buscando elementos para crear una atmósfera propicia y por consiguiente un ambiente donde los participantes estén compenetrados con el entorno, además de las diferentes actividades y demostraciones relacionadas con el tema. Entre las navieras más importantes que realizan estos cruceros temáticos se encuentran: Costa Cruceros, Royal Caribbean, Celebrity Cruises, Pullmantur Cruises, MSC

Cruises, Cunard, Carnival, Holland America Line, etc., y entre las de cruceros fluviales destacamos a Croisieurope con sus prestigiosos cruceros gastronómicos.

Según datos de la Asociación Crucerista de España ([www.asociacioncruceista.com](http://www.asociacioncruceista.com)) los **cruceros para minusválidos** o personas con deficiencias van a crecer en nuestro país en los próximos años, es también otro segmento de mercado a tener en cuenta, donde ya las principales navieras de cruceros han tomado buena nota, y todos o gran parte de su flota cuenta ya con algunos camarotes adaptados a las necesidades que se puedan presentar y también la existencia de zonas comunes ajustadas a sus movimientos, principalmente mencionamos a la naviera Royal Caribbean que contempla en la gran mayoría de sus barcos estos aspectos y probablemente sea una de las navieras que más importancia han dado a este tema. Hay esencialmente dos aspectos a tener en cuenta para los cruceros para minusválidos:

- Todos los espacios de los pasillos deben de ser amplios y especialmente diseñados para que las sillas de ruedas puedan dar giros completos. La mayoría de las cubiertas deben de tener puertas automáticas y todos los salones públicos deben contar con rampas de acceso.
- Camarotes con espacios amplios más de lo habitual que otro tipo de camarote, los baños y restaurantes deben de estar diseñados para una fácil maniobrabilidad de los discapacitados en sillas de ruedas.



Las compañías de cruceros realizan sus estudios de mercado en busca de nuevos mercados emergentes y especulan con otras zonas geográficas buscando nuevas singladuras. En los nuevos mercados emergentes se encuentra China en el que están realizando ya sus primeras operaciones, Brasil también se prevé como un mercado futuro de gran interés. En cuanto a las nuevas singladuras, se prevé también un crecimiento en el número de travesías en Centro y Sudamérica, aunque dependerá en gran parte del esfuerzo de las autoridades locales por remozar sus puertos creando en algunos casos nuevas instalaciones, también en el Medio y Lejano Oriente ya se están incrementando las nuevas rutas con éxito. El Mediterráneo seguirá creciendo, con los mercados europeo y norteamericano principalmente y asiático en menor medida. Los Norteamericanos están buscando nuevas zonas geográficas por la saturación de El Caribe, en este área se han introducido recientemente nuevos destinos como Libia, pero esencialmente las rutas principales que pueden haber ya están diseñadas,

el Norte de Europa crece imparable, es el destino de cruceros que con más anticipación se realizan las reservas. El Caribe se mantiene como el lugar de cruceros por antonomasia, y Alaska crecerá en los mercados europeos, un destino menos conocido pero de alto interés por sus paisajes de naturaleza espectaculares.

Además existen los clásicos cruceros Trasatlánticos que cruzan el Océano Atlántico de Europa a América o viceversa, y naturalmente las vueltas al mundo de algo más de tres meses de duración que suelen iniciarse en el mes de enero. °

Existen dos webs puramente informativas donde se pueden recoger todo tipo de informaciones sobre cruceros marítimos y fluviales:

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

[www.cruceiro10.com](http://www.cruceiro10.com)

**Mariano González Santiso**  
Director General de Crucemar





## Inauguró el Palacruceirosf, su nueva terminal de cruceros en el Puerto de Barcelona

Costa Cruceiros, inauguró el pasado 23 de abril oficialmente la nueva terminal de cruceros "Palacruceirosf" con la presencia de Joan Rangel, Delegado del Gobierno de Catalunya; Joseph Huguet, Conseller de Universitats i Empreses de Catalunya; Pere Alcocer, Regidor de Èsports de l'Ajuntament de Barcelona; Jordi Valls, Presidente del Puerto de Barcelona, Pier Luigi Foschi, Presidente y Consejero Delegado de Costa Crociere, Gianni Honorato, Director General de Costa Crociere y Luis Grau, Presidente y Consejero Delegado de Costa Cruceiros España. Tras la ceremonia, por la noche. Se celebró la fiesta de inauguración de Palacruceirosf, con un concierto especial de la cantante Soraya, y un espectáculo de fuegos artificiales.

La nueva terminal "Palacruceirosf" de Barcelona ocupa casi los 5.500 m<sup>2</sup> del "Muelle Adosado". El Puerto de Barcelona ha concedido el aérea a Costa Crociere durante 25 años, área que dispone ahora de servicios suficientes para alojar cruceros de todos los tonelajes, tamaño y capacidad, incluyendo los más grandes (más de 140.000 toneladas). El costo ha sido aproximadamente de 12 millones de euros y será de uso preferente de Costa Crociere y otras empresas del grupo Carnival Corporation. Además "Palacruceirosf" albergará también la nueva sucursal de la empresa en Barcelona, que dispondrá de 20 empleados. Consta el edificio de 4 plantas, 1 fingers, 27 mostradores de facturación dobles con áreas de servicio de compras, sala Vip, sala Club Infantil, sala de espera para tripulaciones; 5 puntos de acceso a internet, áreas interactivas (22 pantallas de plasma), sofisticados sistemas de seguridad y vigilancia de pasajeros y tripulación, control de equi-

pajes, circuito cerrado de televisión (40 cadenas), etc... El muelle tiene una longitud de 300 m. y una anchura de 20 m.

"Es un placer celebrar la inauguración de "Palacruceirosf" con las autoridades nacionales y locales más importantes en Barcelona, el puerto más importante de Europa y escala de nuestros cruceros por el Mediterráneo. Nuestro objetivo con la nueva terminal es confirmar nuestro liderazgo en el puerto en España, y garantizar excelentes servicios a todos los visitantes que lleguen con nosotros a Barcelona. Como ya ocurrió en Savona, la filosofía que guía el concepto de "Palacruceirosf" es ofrecer la máxima efica-

cia y confort a los huéspedes de nuestros cruceros: queremos que se sientan de vacaciones desde el momento en que entren en la nueva terminal" afirmó el presidente y director de Costa Crociere Pier Luigi Foschi durante el acto. °



Pier Luigi Foschi, presidente de Costa Crociere y el conseller de la Generalitat Joseph Huguet.



Miembros de Costa Crociere y autoridades de Barcelona al finalizar el acto.

Dos vistas del interior de la nueva terminal





## El Jules Verne abre Alicante a la ruta de los cruceros

Con la reciente inauguración del Jules Verne, la compañía Visión Cruceros sitúa a la capital de la Costa Blanca, Alicante, como base de operaciones de los grandes cruceros en toda la historia del puerto. La solemne ceremonia se celebró el pasado 26 de abril con asistencia de las primeras autoridades y un gran número de invitados del sector turístico venidos de toda España y del extranjero. El holding Vision Cruises - con capital suizo, alemán y holandés-arranca con una inversión próxima a los 100 millones de euros, un staff directivo integrado por cualificados profesionales españoles y un barco de nueva generación, de alta gama, de dimensiones reducidas, de 15.347 toneladas, con 260 camarotes en su mayoría exteriores y numerosas suites, con capacidad para 550 pasajeros. La representante general de la compañía, Visión Cruceros, esta presidida por Santiago Labrador, artífice y principal impulsor de los cruceros en España, además de uno de los mejores conocedores del sector en el ámbito internacional. En la rueda de prensa que tuvo lugar en el propio barco, comentó que fue construido en 1992 por Unión Naval de Levante y ha sido íntegramente remodelado y dotado de las más modernas tecnologías náuticas, con todas las ventajas de un hotel de lujo con encanto, por su dimensión más acogedora. El precio medio del crucero estará en torno a los 700 euros por persona, anunciando que saldrá todos los lunes para aprovechar el potencial de parejas de novios que suelen celebrar su matrimonio en viernes o sábado. Para los viajeros que lleguen en su propio automóvil, se ha acordado con el



aparcamiento cubierto del propio puerto, un precio ajustado de 30 euros durante toda la semana que dura el crucero. Se prevé que cerca del 10% de los pasajeros que embarquen en Alicante serán extranjeros, estimando que se alcanzaran los 22.000 al año y una facturación cercana a los 20 millones de euros en su nuevo itinerario por el Mediterráneo.

En el acto inaugural, intervino en primer lugar, el capitán Adbel Saidani que dio la bienvenida a los numerosos invitados, seguido del director comercial de la autoridad portuaria, Luis López. Por su parte, la consejera de Turismo de la Comunidad Valenciana, Milagrosa Martínez, apuntó que el hecho de que Visión Cruceros haya elegido Alicante como ciudad base para los cruceros "revela la calidad de nuestras infraestructuras y servicios, unida a la variada oferta turística de reconocido prestigio internacional". "Además -subrayó- como es bien conocido, el turismo de cruceros es de alto poder adquisitivo y la presencia continuada del Jules Verne en Alicante, supondrá unos ingresos directos para la ciudad estimados en 6 millones de euros". Seguidamente, Santiago Labrador, presidente ejecutivo de la Compañía, manifestó que "la empresa ha apostado por la capital alicantina como base de cruceros, precisamente, porque aquí no hay competencia y se pueden hacer itinerarios con rutas más cortas y se convertirá en la catapulta de la ciudad. Destacó también que es un magnífico enclave para embarcar con muy buenas

comunicaciones de todo tipo y grandes atractivos turísticos para poder disfrutar antes o después del crucero. Subrayó la ventaja añadida del puerto ya que, a una distancia inferior a 400 kilómetros a la redonda, reside una población de 24 millones de habitantes que no necesitan trasladarse hasta Génova para embarcar y lo pueden hacer en tan sólo dos o tres horas. Cerró el solemne acto inaugural, el alcalde de la ciudad, Luis Díaz Alperi, quien mostró su convencimiento hacia este nuevo servicio de cruceros que permite abrir nuevas posibilidades al turismo de Alicante y de la Comunidad Valenciana pues no es igual que un barco haga escala -el pasado año atracaron 51 cruceros con más de 50.000 pasajeros- dado que parte del pasaje no desciende a conocer Alicante. En cambio, todos los turistas que inicien su viaje, deben pasar necesariamente por la ciudad en la que normalmente se pasa más tiempo y les apetecerá conocerla e, incluso, otras ciudades de los alrededores, con el consiguiente beneficio y efecto multiplicador. Finalizó sus emotivas palabras agradeciendo la importante apuesta que asume Visión Cruceros por el riesgo que asume con el Jules Verne, convertido desde ahora en el buque insignia de Alicante por el Mediterráneo y así lo difundirá en todas las escalas en donde atraque. Participó como madrina en la inauguración Raquel Alcaraz, Belle del Foc, ataviada con su traje típico. Después de los discursos, tuvo lugar el intercambio de regalos y placas conmemorativas y la actuación del grupo artístico de El Café de la Opera de Madrid que interpretó algunas canciones de su repertorio para deleite de todos los presentes, finalizando con un brindis por la feliz travesía del crucero inaugural que saldrá dos días más tarde. °



Un momento del acto inaugural

José Antonio Fernández Cuesta



## MSC Orchestra hace su primera escala en Barcelona

La compañía italiana **MSC Cruceros**, una de las principales empresas del sector cruceros en el mundo, hace la primera escala en Barcelona de su barco *MSC Orchestra*. El nuevo buque insignia de la compañía ha sido inaugurado el 14 de mayo, en el puerto de Civitavecchia en Roma, durante un evento que ha contado con la presencia de dos ganadores de los prestigiosos premios Oscar: Sophia Loren y el maestro Ennio Morricone. La inclusión de una escala en

Barcelona en el crucero inaugural de *MSC Orchestra* se encuadra dentro del plan de la compañía para impulsar este mercado. Entre otras medidas, este plan contempla el establecimiento de dos rutas regulares con base en Barcelona a bordo de *MSC Musica*, con salidas todos los viernes desde el 30 de Marzo al 26 de Octubre, y *MSC Melody* con salidas todos los lunes desde el 9 de Abril hasta el 22 de Octubre.

*MSC Orchestra* comenzará su itinerario en Bari donde se posicionará durante toda la temporada de verano. La ruta partirá de Bari los domingos y de Venecia los sábados, desde el 3 de junio hasta el 21 de octubre, para un crucero de 7 noches. Desde Bari, el barco recorrerá Katakolon, sede del lugar arqueológico Olimpia, Esmirna, Estambul, Dubrovnik y por último Venecia. °



## Encarga nuevo barco

\* El nuevo barco ultralujoso, de 36.000 Tn, tendrá capacidad para 540 pasajeros.

**Silversea Cruises** ha firmado un Acuerdo de Compromiso para la construcción de un nuevo barco ultra-lujoso, de 36.000 Tn, y capacidad para 540 pasajeros, en los Astilleros italianos Fincantieri. La entrega está prevista para el último trimestre de 2009. La naviera ha firmado también con Fincantieri la opción para un barco gemelo.

El encargo de este nuevo barco es el primero que hace **Silversea** desde 1998, cuando mandó construir el *Silver Shadow* y el *Silver Whisper*. Estos dos premiados barcos entraron en servicio en 2000 y 2001, respectivamente.

Con este nuevo barco, **Silversea** supera la capacidad de su flota y pasa de tener 1356 camas a 1896, lo que representa un incremento del 40%. °



## España, la mayor puerta al Mediterráneo

España vuelve a centrar la atención de **Royal Caribbean International**. A partir del próximo año, el *Navigator of the Seas* se posicionará en Barcelona para dar respuesta a la creciente demanda que el sector de cruceros está teniendo en España. Este gran barco, de la Clase Voyager, se unirá a la flota de la compañía operando en el Mediterráneo y será el protagonista de las "Escapadas", el nuevo concepto de cruceros cortos de **Royal Caribbean International**. Estas son algunas de las novedades que el pasado 9 de marzo, presento en Madrid, Magnus Wrahme, director Regional para el Sur de Europa y Belén Wangüemert, directora general para España.

### Otras novedades

- Más "Escapadas" en el Mediterráneo: Con la llegada del *Navigator of the Seas* **Royal Caribbean** ampliará su

programa de "Escapadas" en el Mediterráneo. Este gran barco, al igual que el *Voyager*, se posicionará en Barcelona con una duración de 4 y 5 noches, y se realizarán a partir de mayo de 2008.

- Cinco grandes barcos posicionados en el Mediterráneo: En 2008 la compañía tendrá 5 barcos posicionados en el Mediterráneo: son el *Navigator of the Seas*, *Voyager of the Seas*, *Brilliance of the Seas*, *Legend of the Seas* y *Splendour of the Seas*.
- El barco más grande del mundo pasará por España: También en mayo de 2008 el *Independence of the Seas*, realizará su crucero inaugural, algunas escalas en puertos españoles -Barcelona, Málaga, Vigo y Canarias-; posteriormente, partirá hacia el Caribe donde realizará una serie de cruceros.
- Todo el año en el Mediterráneo: Durante 2008, y por primera vez en la historia de la compañía, contará con un barco, el *Brilliance of the Seas*, posicionado en el Mediterráneo no sólo en verano, sino también durante toda la temporada de invierno. °



## Sigue siendo líder

**Crown Blue Line**, le ofrece en su nuevo folleto numerosos destinos en Francia.

**Crown Blue Line** ofrece la gama de precios más amplia del sector: un crucero a partir de finales de Septiembre, para un barco de tres personas durante 1 semana hasta 4.210 euros en julio/agosto, para un barco de 10 personas durante una semana. °





## Acerca China a España

\* Los cruceros en el Costa Allegra estarán disponibles no solo en China y Asia sino en todos los países donde la compañía italiana opera

**C**osta Crociere, ofrece ya sus cruceros a China. Los cruceros sobre el *Costa Allegra*, el buque que ofrece itinerarios con salida desde China, estarán disponibles en todos los mercados dónde la compañía italiana opera sin restricción alguna.

El programa de itinerarios del *Costa Allegra* en China es muy completo y presenta cruceros de distinta duración con visitas a los lugares más maravillosos del lejano Oriente: Itinerarios de 16 días o 18 días (vuelos incluidos) con salida desde Hong Kong y escalas en Manila

(Filipinas), Malasia, Singapur Vietnam, China y 5 itinerarios distintos, todos de 5 días, con salidas desde Shanghai, Hong Kong y Tianjin, con visitas a Vietnam, South Korea y Japan. °



## El puerto de Santo Domingo recibe 25.000 turistas en la temporada de cruceros

**L**a República Dominicana recibió 25.000 turistas a través del puerto de Santo Domingo durante la temporada de cruceros (octubre-marzo), procedentes en su mayoría de Europa y Estados Unidos, lo que se ha traducido en unos ingresos de 18 millones de pesos dominicanos (427.046 euros).

Como parte del Proyecto de Revitalización y Expansión del Puerto Marítimo de Santo Domingo, se construirá una marina con capacidad para 500 embarcaciones de hasta 140 pies de eslora, que impulsará el turismo de yates y la venta de amarres. La marina estará ubicada entre el Obelisco de Santo Domingo y el monumento a Montesinos. °



*Sigue innovando con su nuevo barco, el Liberty of the Seas*

## La familia y la salud serán realizados

\* Los barcos de la Clase Freedom son el catalizador del nuevo programa para toda la flota

**C**on el lanzamiento del barco más nuevo de Royal Caribbean International, el *Liberty of the Seas*, marcará la puesta en marcha a bordo de nuevas y realzadas ofertas para el cuidado de la salud y las familias.

El nuevo programa de salud *Vitality*, la programación familiar del *Adventure Ocean* y el programa de fidelización para jóvenes *Crown & Anchor*

*Society* ofrecerán distintas opciones para los pasajeros de un crucero de Royal Caribbean.

El nuevo barco estelar -que comparte el título del barco de cruceros más grande del mundo con su hermano gemelo, *Freedom of the Seas*- contará con todas las innovaciones de la industria como el simulador de surf, *Flow Rider*, un ring de boxeo reglamentario, el parque acuático *H2O Zone* y un rocódromo con 11 rutas de escalada.

A los dos barcos de la Clase Freedom se sumará un tercer barco, el *Independence of the Seas*, cuando se inaugure en Europa en mayo de 2008. °



## VISION CRUISES news



Descubra los destinos más exóticos del Mediterráneo a bordo del **JULES VERNE**

**Crucero Perlas del Mediterráneo (8 días/ 7 noches)**  
**ESPECIAL PRENSA**

ALICANTE-TUNEZ-LIBIA-MALTA-CERDEÑA-PALMA DE MALLORCA-ALICANTE



**4, 11, 18 Junio: 250€ Interior 350€ Exterior**  
**CRUCERO PENSIÓN COMPLETA**  
**CONTACTO PRENSA: 91 701 40 49**

ATENCIÓN: Nuestro destino está en LIBIA (Trípoli) no Libano (Trípoli).  
Vision Cruceros elige siempre los mejores destinos.

Tasas y seguros no incluidos. Plazas Limitadas. Precios por persona en camarote doble Categoría A, C  
Suplemento 50€ por categoría superior. Oferta válida desde el 23 de abril COLECTIVOS

## **Carnival** Reformulará el nombre de sus barcos de la clase Fantasy, conjuntamente con un programa multimillonario de remodelación

Junto con su recientemente anunciado programa de remodelación de navíos "Evolutions of Fun", valorado en US\$250 millones, **Carnival** reformulará el nombre de sus ocho barcos de la clase *Fantasy*, introduciendo una versión actualizada de cada nombre, tal como aparece en el casco del barco.

Cada vez que uno de los barcos entre en dique seco para ser remodelado, el nombre "**Carnival**", y el logotipo de la compañía se combinarán con el nombre del barco, lo que le brindará una apariencia más moderna. °



## Próxima Terminal de Cruceros en la Isla de Roatan (Honduras)

**Carnival Corporación & pl.** ha firmado un contrato para la construcción y operación de una Terminal de cruceros en la isla de Roatan, Honduras.

La construcción del terminal, que se llamará "*Mahogany Bay-Roatan*", está programada para comenzar el próximo otoño de 2007 y finalizar en el verano de 2009 por un costo de \$50 millones.

Estará ubicada a lo largo de 20 acres en la costa de Roatan y consistirá de dos amarraderos que pueden proveer espacio para buques post-Panamax y recibir hasta 7,000 pasajeros diarios.

Uno de los socios de **Carnival** para este proyecto es Jerry Hynds, un líder empresario local e integrante del Congreso hon-

duroño. También es propietario de Coral Cay, un complejo turístico contiguo al establecimiento portuario planificado.

Dentro de cinco años, se espera que "*Mahogany Bay-Roatan*" reciba a 225 cruceros y 500.000 pasajeros anualmente.

Adyacente al establecimiento habrá un Centro de Bienvenida que incluirá tiendas, restaurantes y bares, junto con un faro de 18 metros de altura, una laguna con cascadas y un sendero natural.

También se ha planificado la construcción de un centro de transportes que pueda alojar taxis, vehículos de alquiler y autobuses turísticos. °



## La Oficina de Turismo de Gibraltar participó en Seatrade

### participó en Seatrade

La Oficina de Turismo de Gibraltar participó en la vigésimo tercera edición de la convención crucerística *Seatrade*, un encuentro y conferencia de prestigio internacional reconocido como el más importante dentro de la industria de los cruceros, que abrió sus puertas el pasado 12 de marzo de 2007 en el Centro de Convenciones Miami Beach, en Florida. El evento, que consistió en cuatro días de sesiones de conferencias y tres de exposición, estuvieron representadas más de 950 empresas y 100 países.

La Oficina de Turismo de Gibraltar presentó el Puerto de Gibraltar en su propio stand, sito en el pabellón de destinos crucerísticos, y también desempeñó la función de representante de la organización MedCruise.

El vicepresidente Senior de MedCruise, Albert Poggio, participó en la convención, y el director de Gibraltar Tourist Board, Nicky Guerrero encabezó el equipo de representantes del stand de la Oficina de Turismo de Gibraltar. °



## HURTIGRUTEN

## Lanza su propuesta de verano con una amplia oferta de productos por Noruega y Groenlandia

La compañía noruega de cruceros de exploración propone un recorrido por la costa noruega y la isla de Groenlandia ofreciendo excursiones en sus paradas.

El "*Expreso del Litoral*" que recorre toda la costa en ambos sentidos permite un acercamiento a la Noruega más auténtica. El sur del país o el norte, con la Laponia Noruega, las islas Lofoten o las Vesteralen son algunos de los escenarios que **Hurtigruten** ofrece en sus recorridos.

Guías altamente cualificados, una moderna flota naviera, junto con autocares para las excursiones en tierra garantizan estos "cruceros de exploración". °



FREESTYLE CRUISING

## Por primera vez tres modernos cruceros en el Mediterráneo y el Mar Báltico, continúa de forma constante su curso de expansión en Europa

La compañía naviera **NCL** a partir de marzo de 2008 y por primera vez tres de sus más recientes cruceros, el *Norwegian Gem*, el *Norwegian Jewel* y el *Norwegian Jade*, todos pertenecientes a la serie exitosa de *Norwegian Jewel*, serán empleados en Europa. Con ese programa múltiple y más variado en la historia de su empresa, **NCL** reacciona así a la aceptación del concepto innovador de **Freestyle Cruising** -Crucero a su aire- por los pasajeros europeos y se prepara para un crecimiento adicional desproporcionado en el mercado de Europa Continental también

en el año 2008. El crucero completamente nuevo *Norwegian Gem* de **NCL** navegará en el Mediterráneo Occidental en una temporada extendida desde/hasta Barcelona, mientras que con el *Norwegian Jewel*, por primera vez uno de los barcos más modernos de la flota de **NCL** iniciará sus operaciones en el Mar Báltico. Después de una breve reconstrucción en Honolulu en febrero de 2008 el *Pride of Hawai'i* se hará a la mar en Europa bajo la bandera de Bahamas y bajo el nombre futuro *Norwegian Jade*. °



## Aumenta su oferta de destinos

\* *Kuoni refuerza los destinos de Asia con nuevos folletos monográficos, además de relanzar Escandinavia y Países Bálticos, y continuar su apuesta por su destino estrella, Maldivas.*

El pasado abril fué presentado a la prensa especializada de Madrid la nueva programación de **Kuoni España**, después de dos años desde que comenzó la renovación de su equipo directivo.

Ha presentado su puesta de largo, con cambios de procedimientos, nuevos destinos para 2007 y nueva web, **www.kuoni.es**, así como posibilidad de servicios on line, de todos sus destinos y confirmación en tiempo real.

Su director General, Carlos López indicó que la compañía ya está lista y en condiciones de ofrecer un completo servicio y cuenta además por separado con dos minoristas en España, así como con receptivos de la compañía en gran número de sus destinos.

Pablo Chertudi, director Comercial

comentó que este año **Kuoni** aumenta su oferta de destinos, reforzando los de Asia, y nuevos folletos monográficos de china, Hong Kong, India y Nepal, Tailandia e Indochina, además de ofrecer otros como Cuba, Mar Rojo, USA, Canadá y el Caribe. Este año relanza Escandinavia y los Países Bálticos, confirmando además su apuesta en su destino estrella, Maldivas, con vuelos regulares.

La gran novedad es el lanzamiento de sus destinos como Dubai, y Emiratos Árabes.

Los nuevos folletos y destinos, refuerza la programación de su marca "*Los viajes Difusión Kuoni*" con las mejores ofertas de viaje a destinos atractivos y a precios muy competitivos. °



Carlos López, director general y Pablo Chertudi, director comercial, durante la rueda de prensa.



## Clickdestinos, nuevo catálogo con salidas desde Barcelona

**Viva Tours** presenta esta temporada un nuevo catálogo, *Clickdestinos*, con programación en Europa y Norte de África. Más de 20 destinos operados por la Compañía Clickair y con salida en vuelo directo desde Barcelona.

*Clickdestinos*, cuenta con una amplia oferta de ciudades y una cuidada selección hotelera de más de 140 hoteles de

todas las categorías aptos para satisfacer las necesidades de todo tipo de clientes.

Con este catálogo, incorpora a su programación tres nuevos destinos, Dubrovnick, Malta y Túnez. En estos destinos, el touroperador ofrece paquetes vacacionales de 8 días desde 444 a Dubrovnick, 433 a Malta y 322 a Túnez. °



## Alcanza los 1.200 millones de facturación en 2006

**GEBTA España**, el consorcio compuesto por 18 agencias de viajes españolas, ha cerrado el ejercicio con una facturación global de 1.200 millones de euros, un 11% más respecto al ejercicio del año pasado. La tónica de las ventas ha sido superior en el viaje de negocios que en el vacacional lo que confirma la buena marcha del segmento de empresas. Las agencias de viaje **GEBTA** tienen una proporción de

ventas en torno al 60% de producto business y el 40% vacacional.

Asimismo destaca la buena marcha en la venta de hoteles, que ha obtenido en la mayoría de las agencias **GEBTA** incrementos por encima de la media, un 15%. Ello es debido a una mejora en el comportamiento de las empresas, a los efectos de la globalización, así como por la paulatina frenada en la caída de precios respecto a años anteriores. °



## Galardonada con el Premio Empresa del Año I+D+i 2006

Desde 1989, **Pipeline Software** está dedicada en exclusiva a ofrecer soluciones tecnológicas para Agencias de Viajes, siendo líder nacional en su sector. Su principal producto, la familia de aplicaciones Orbis de Gestión Comercial, está instalado actualmente en más de 2.900 Agencias de Viajes y en 50 Universidades y centros de formación en toda España.

Los Desarrollos Internet de **Pipeline Software** registran 40 millones de accesos mensuales. Más de 5.000 agencias usuarias de estos desarrollos disponen también del sistema *Login Único* implantado en sus Intranets. Este desarrollo permite, entre otras posibilidades, el acceso directo a 125 sistemas de reservas sin necesidad de utilizar claves. A través del *Login Único* se realizan 900.000 accesos mensuales a estos sistemas de reservas. °



# Travelplan

www.travelplan.es

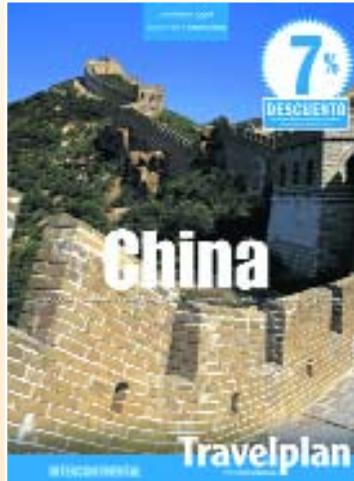
## Presentó sus folletos de Verano-Invierno 2007-2008

**T**avelplán cuenta en ésta temporada de verano 2.007 con una amplia programación recogida en 21 catálogos: *Canarias, Baleares, Caribe, Túnez, Brasil, Europa, Circuitos por Europa, Egipto, Mediterráneo, Francia, Marruecos, Reino Unido e Irlanda, USA, Intercontinental, África, Disney, Escandinavia y Báltico, China, Rusia, Argentina y Cruceros.*

En **Travelplán** como sigue creciendo y por ello esta temporada ha ampliado su oferta de destinos a partir del uno de Abril a través de la marca Intercontinental. Las agencias de viajes disponen de un nuevo catálogo anual especializado en Asia, África Islas Exóticas. Dentro encontraremos una amplia gama de países como: Kenya, Tanzania, Seychelles, Isla Mauricio, Sudáfrica, India, Maldivas, Tailandia, Vietnam, Bali, Camboya, Indonesia entre otros. Con la finalidad de mejorar y adaptar su oferta, en cada destino existe una amplia variedad de opciones como viajes desde una hasta tres semanas y estancias en hoteles de 3 a 5 estrellas.

**Travelplán** con 20 años de experiencia y bajo el slogan de "por tierra mar y aire" ha presentado sus nuevos catálogos de Verano-Invierno 2007-2008.

Vamos a destacar principalmente el de: **"USA", con Nueva York,- Orlando-Miami**, estos destinos que destaca con



toda clase de combinados, excursiones y un abanico de hoteles para escoger. Por ejemplo un *Nueva York Mágico*, 7 días /5 noches, desde 1.109€ y con extensión a Washington-Filadelfia-Boston-Cataratas del Niágara-Toronto, tan solo un incremento de 200€.

El destino Orlando cuenta también con la posibilidad de muchos hoteles para elegir y excursiones opcionales con precios muy especiales, incluyendo cenas y espectáculos.

Miami, también con el atractivo de muchas excursiones opcionales y combinados a *Nueva York - Miami* en 10 días/8 noches desde 1.597€ O *Nueva York -Orlando*, 9 días/7 noches desde 1.093€

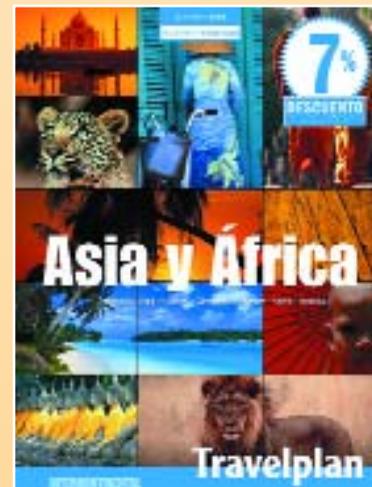
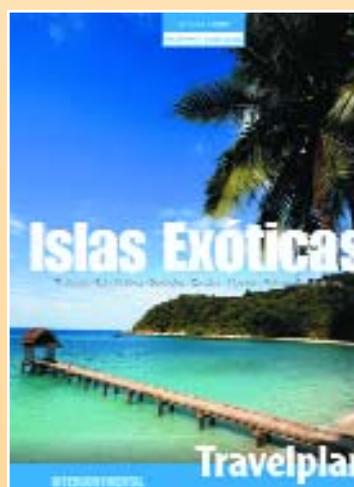
Otra de las ventajas de Miami es poder escoger muchos combinados de destinos: *Miami-Cancún*, 9 días/7 noches, desde 1.388 . O *Miami-Punta Cana*, 9 días/7 noches desde 1.256€ O el circuito del *Triangulo del Este*, los mismos días que el anterior, desde 1.233€, visitando: Nueva York, Toronto, Niágara, Washington y Filadelfia .

Todos estos precios incluyen: avión de ida y vuelta, en línea regular , en turista, hotel elegido, traslados aeropuerto-hotel, autobús con aire acondicionado, guía de habla hispana, etc.

En el catálogo dedicado a **CHINA**, otro de los destinos estrella de la mayorista, se destaca con un 7% de descuento en reservas por anticipación de 60 días. Y una programación por las capitales imperiales y mágicas de este milenarío país muy bien planificadas. Los vuelos con Air France. Finnair y Lufthansa. Incluyen hoteles escogidos a veces 3 o 6 comidas, traslados, visitas, con guía habla hispana, seguro de viaje básico, etc.,

Difícil destacar algunos de su circuitos, por ser todos muy atractivos,: tomamos el de *Beijing-Shangai Mágico + la extensión Hong Kong.*, 10 días/8 noches, desde 1.772€

O *China al Completo* , visitando Beijing-Xian-Guilin-Hangzhou-Suzhoy.Shanghai. 15 días/13 noches, desde 2.040€ °



**Barceló**  
VIAJES

## La División de Viajes del Grupo Barceló facturó en 2006 574 millones

La división de viajes de **Barceló**, ha dado a conocer sus resultados económicos del ejercicio 2006 entre los que destaca un incremento en las ventas de más de un 8%. La división, formada por **Barceló Viajes** y **Barceló Business**, facturó en 2006, 574 millones de euros.

“Además de los logros económicos, estamos muy orgullosos de haber alcanzado el año pasado objetivos de otra índole como son los 65.000 titulares de la tarjeta *Visa Barceló*; el lanzamiento del nuevo **Barceló Viajes**, con la primera apertura en Madrid en diciembre del pasado año y el lanzamiento de nuestros portales *barceloviajes.com* y *barcelobusiness.com*”, declara Antonio Cursach, Director General de la división “Todo esto nos sitúa a la vanguardia del sector en cuanto a liderazgo, innovación y diferenciación”.

La división de viajes de **Barceló** está consolidada desde hace años como una de las empresas líderes en su segmento vacacional y de business travel, pero este año 2007 va a ser un año de grandes cambios. La compañía ha planificado una estrategia global que incluye: el cambio de la imagen de marca y la transformación progresiva de sus puntos de venta. El nuevo concepto **Barceló Viajes**, unido al



cambio de la imagen de marca implicará para la compañía una fuerte inversión. La compañía tiene como objetivo para 2007 incrementar su volumen de facturación en un 11%, alcanzando la cifra de los 640 millones de euros. Además, entre sus objetivos más inmediatos **Barceló Viajes** tiene previsto abrir 25 nuevos centros, renovar 15 de las antiguas tiendas e iniciar su expansión en Portugal, donde ya cuenta con presencia en el sector corporativo. Por lo que respecta a **Barceló Business**, después de un año de fuerte crecimiento, con un aumento de más de 15 millones de euros en la facturación procedente de nuevos clientes, se espera un crecimiento similar en 2007. °

sittis ims

## Transforma los viajes de incentivo en experiencias Diferentesf

Especializada en viajes de incentivo, “inolvidables, sorprendentes y rompedores”, esta compañía diseña propuestas totalmente personalizadas para cada empresa, siempre fuera de los circuitos tradicionales.

Sobrevolar los cielos de la cosmopolita Lisboa o la bella Sintra a bordo de un helicóptero, o participar en una regata de veleros en la desembocadura del Tajo, o degustar lo mejor de la gastronomía en establecimientos exclusivos, fuera de los circuitos turísticos tradicionales.



Estas son sólo algunas de las propuestas que ofrece **SITTIS IMS**, compañía especializada en todo tipo de reuniones y viajes de incentivo perteneciente al grupo **SITTIS IMS Incentive House**, cuya máxima es adaptarse siempre a las necesidades del cliente y ofrecer un servicio en el que se cuidan, absolutamente, todos los detalles para que resulte perfecto a la vez que inolvidable. °



## Publica sus nuevos folletos y destinos para la temporada 2007-2008

**Nobel Tours-Indoriente** ha comenzado a publicar sus nuevos folletos correspondientes a la temporada 2007-2008. Ya están en las agencias de toda España sus propuestas de viajes a “México y Centroamérica”, “USA, Caribe y Canadá”, “China y Mongolia”, “Japón”, “Chile te espera” y “Sólo para 2” (su programa para viajes en pareja).

Las apuestas más fuertes siguen siendo las de los destinos clásicos, como China, que desde hace ya algunos años es uno de los “viajes de moda” y al que la mayorista dedica cada vez más atención.

Japón es otro de los destinos al que **Nobel Tours** ha publicado por primera vez un folleto monográfico que recoge

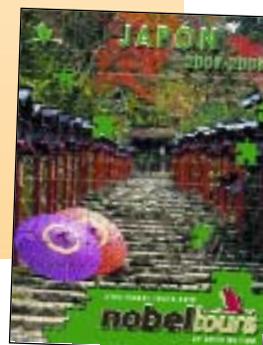
diferentes formas de conocer este gigante asiático.

Centroamérica sigue creciendo como destino del turismo de los españoles.

En Norteamérica, **Nobel Tours** ha diseñado toda una serie de viajes originales y exclusivos por Estados Unidos y Canadá, tanto por la Costa Oeste como Este.

Para los amantes de los destinos vacacionales de ensueño, **Nobel Tours** propone ese “otro Caribe” más exclusivo y menos masificado.

Otra gran novedad de este año es el folleto “Chile te espera”. °



## Nueva dirección

**DAHAB TRAVEL**

Lusitania, 77  
08206 Sabadell  
BARCELONA (Spain)  
Tel.: + 34 93 723 73 76  
Fax: +34 93 724 07 64

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



## X Congreso UNAV

En el reciente congreso de **UNAV**, se puso de relieve la gran importancia de las Agencias de Viajes como canal de distribución del producto turístico y del necesario y justo apoyo que los prestatarios deben dar al mismo. Durante el congreso, intervinieron José Luis Prieto, como moderador y los ponentes Agustín Lamana, director general del Grupo STAR; Juan José Oliván, director general del grupo Aimet; Miguel Navarrete, consejero del grupo Travel Advisors; José Luis Ramil, director general del grupo Unida y Jesús Nuño de la Rosa, director general de Viajes el Corte Inglés.

Finalmente José Nuño se refirió a las Agencias de Viajes que han tenido unas cifras de crecimiento entre 2001 y 2005 en torno al 10%, en cuanto a las ventas de IATA se han incrementado entre el 2000 y 2005 en casi un 40%. Concluyó diciendo que lo que es preciso es que la Agencia

de Viajes mediana y pequeña, presente aspectos diferenciados, apreciables por el cliente frente a las grandes redes y apliquen fórmulas de asesoramiento y servicios personalizados, como valor añadido de su gestión. °



## Personaliza su Tarjeta Talonario para Viajes El Corte Inglés

**T**alonotel y Viajes El Corte Inglés presentaron el 17 de abril, la nueva Tarjeta personalizada para Viajes El Corte Inglés, que se convierte así en la primera agencia de viajes de nuestro país distribuirá la *Tarjeta Talonotel* personalizada con su marca en todas sus agencias. La presentación tuvo lugar en el hotel Meliá Castilla y corrió a cargo de los directores generales de ambas empresas, momento que recoge la foto.

“En **Talonotel** estamos creciendo para llegar a ser el talonario líder del mercado. En sólo un año hemos conseguido que más de 1.000.000 de clientes utilicen nuestros servicios y, por supuesto, esto no sería posible sin el apoyo y la confianza de empresas líderes en su sector como Viajes El



Corte Inglés”, declaró Antonio Alonso, Director General de **Talonotel**.

La *Tarjeta Talonotel* es una nueva forma de reservar hotel a 60 euros por noche de forma cómoda, económica y segura. No se trata de una nueva tarjeta de crédito, sino del nuevo formato que adquiere el tradicional talonario hotelero, ahora más cómodo, más fácil de adquirir y de guardar y también más seguro frente a robos o pérdidas. °



## PRESENTA SUS DESTINOS PARA 2007

**P**ara este año 2007, ICU Tour Operador especialista en países del Este, Asia, Australia y África tiene a disposición de los agentes de viajes como es su costumbre un completo abanico de programas, siendo muy difícil destacar solo unos pocos, ya que todos sus programas contienen unos itinerarios y servicios muy completos y con una gran calidad en servicios, dada su gran experiencia en estos destinos. Comenzaremos destacando alguno de sus itinerarios con cruceros:

### “Capitales Rusas”

Moscú y San Petersburgo. Visitando las dos ciudades emblemáticas de Rusia. San Petersburgo, “La Venecia del Norte” una de las mas bellas ciudades del mundo, donde se disfruta del esplendor de los zares. Y Moscú llena de sorprendentes contrastes. Todo Incluido. Paseo en barco con almuerzo.  
Duración **8 días**, desde **1.385€**

### “Copenhague y los Fiordos”

Visitando: Copenhague - Crucero - Oslo - Aalesund - Sket - Bergen. Un maravilloso viaje que combina 2 países Dinamarca y Noruega, gentes hospitalarias y amigables, exquisita gastronomía, folklore y naturaleza.  
Duración **9 días**, desde **1.418€**

### “China Romántica”

Con Crucero por las Tres Gargantas del Yangtse. Visitando: Pekín - Xian- Shangai - Suzhou .  
Duración **14 días**, desde **2.218€**

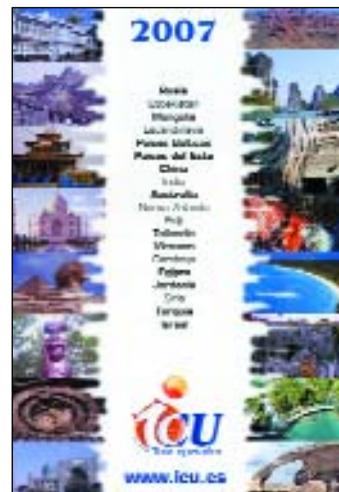
### “Samarkanda, La ruta de Tamerlan”

Visitando: Tashkent - Urguench - Khiva - Bukhara - Shakhrisabz - Samarkanda - Tashkent. La ciudad de Samarcanda, con más de 2500 años de historia, una de las mas antiguas del mundo. La medieval Khiva, y Bukhara con sus estepas.  
Duración **11 días**, desde **1.774€**

### “Tambapanni-Shi Lanka en Libertad”

Visitando: Colombo - Abaraña - Anuradhnapura - Sigiriya - Polonnaruwa - Kandy - Pinnawela . - Nuwara Eliya . Ciudades como Sri Lanka, Serendip, la antigua Ceilán, donde se combina la cultura milenaria, la majestuosidad de sus templos budistas y la lujuriante vegetación de la selva tropical.  
Duración **8 días**, desde **1.310€**

Más información:  
[www.icu.es](http://www.icu.es)



Sin cruceros pero muy fascinantes son también estos dos programas

### “Del Palacio Imperial al Techo del mundo”

Visitando: Pekín - Xian - Chengdo - Lhasa. La riqueza imperial milenaria y cultural de Pekín. Xian, capital de 10 dinastías y punto inicial de la Ruta de la Seda. Y Lhasa, capital autónoma del Tibet, conocida como “tierra sagrada de los dioses” donde todo esta marcado por la religión budista.  
Duración **10/13 días**, desde **2.474€**

### “India en Libertad” - Norte

Visitando: Delhi - Maudawa - Bikaner - Jaisalmer - Jodhpur - Udalpur - Ajmer - Pushkar - Jaipur - Fatehpur SIPRI - Agra - Varanasi (Benares). Un itinerario para aquellos que desean viajar en libertad, sin horarios. Para experimentar una India más autentica, disfrutar con su gente, saborear y paladear sus deliciosos y exóticos alimentos.  
Duración **14/17 días**, desde **1.498€**

Lhasa



Todos estos programas se pueden realizar desde 2 personas. Incluyen billete de Avión, en línea regular, clase turista. Hoteles, según elección, traslados, vuelos domésticos o tren 1ª clase o excursiones (según programa), guía de habla hispana, seguro de viajes Mapfre (A), bolsa de viaje ICU, etc. °



## Plan de acción para 2007

**T**URGALICIA-Dirección Xeral de Turismo, se propone para este año la difusión de una imagen de prestigio de Galicia, como país y destino turístico, a través del diseño y promoción de productos turísticos que harán referencia, de forma especial, al estilo de vida propio de Galicia.

Para ello, el Plan de Acción de **Turgalicia** para 2007, que fue presentado al sector turístico por el conselleiro de Innovación e Industria, Fernando Blanco, centrará su comunicación en la difusión de términos como *Turismo Atlántico, Cocina Atlántica,*

*Turismo de Descanso -naturaleza y rural-, Turismo de Agua o Ciudades de Galicia,* y hará hincapié en aspectos de la personalidad de los gallegos, como es su carácter acogedor. °

## Las Camelias seducen en Madrid

**A**lrededor de cincuenta mil personas visitaron la exposición *Camelia, Flor de Galicia*, en la Casa de América de Madrid. En este primer certamen dedicado a la que está considerada la más hermosa flor, se dieron a conocer más de 200 variedades de esta planta que llegó de Oriente y habita y decora los espacios más bellos y singulares de Galicia.

Con más de 200 variedades -blancas, rojas, rosas y anaranjadas, pequeñas y grandes-, la época de floración de las camelias comienza en octubre y dura hasta abril.

La primera exposición en Madrid de la *Camelia, Flor de Galicia* fue organizada por **TURGALICIA**-Dirección Xeral de Turismo en colaboración con la Sociedad Española de la Camelia. °

## TURISMO GASTRONOMICO EN ARANJUEZ

**B**ajo el lema "Aranjuez, arte en la mesa", se han celebrado en el Real Sitio, las IIª Jornadas de Turismo organizadas por la delegación de Turismo sobre turismo gastronómico. Es evidente que la gastronomía o la restauración son uno de los pilares que condicionan y determinan el atractivo turístico de una ciudad, contribuyendo a conformarla como un gran destino turístico interior. La gastronomía es el recurso turístico que genera más fidelización del cliente y, por tanto, un mayor incremento del gasto y aquél que ha visitado museos y monumentos, es muy difícil que no acuda a un buen restaurante a degustar los platos típicos y tradicionales, ya que "quien bien come, repite". "La buena cocina -como dijo Eduardo García, concejal de Turismo del Ayuntamiento en la inauguración de las Jornadas- se comporta como una embajadora de cada país en el resto del mundo, jugando la gastronomía un papel de vanguardia dentro del propio sector del turismo".

En una de las ponencias sobre "aportación de las Administraciones Públicas", participaron representantes de tres municipios españoles donde se come bien como Córdoba, Francisco Tejada, concejal de Turismo; Segovia, Clara Luquero, concejal de Turismo y San Sebastián, Manu Narváez, gerente de Turismo de la ciu-

dad, quienes expusieron las características de las cocinas de las respectivas poblaciones y su repercusión en el sector turístico. "El impulso del sector privado al desarrollo de turismo gastronómico" fue analizado por los directores de restauración de los restaurantes de Aranjuez, El Rana Verde, Grupo Bodas Reales, hotel NH Príncipe de la Paz y hotel Barceló. En otra de las ponencias sobre "el camino hacia la excelencia en la cocina de Aranjuez" intervinieron los jefes de cocina de los conocidos restaurantes ribereños Casa José, Casa Pablo, Almíbar y la jefe de Hostelería de IES Alpajés. En la segunda jornada se trató sobre "el papel de la prensa y crítica gastronómica" en el que intervinieron Ignacio Medina, periodista y crítico gastronómico; Manuel Méndez Sanjurjo, director-presentador de Paisajes y Sabores de Radio Exterior de España y Manuel Romero, concejal de Medios de Comunicación y Cultura de Aranjuez. °

J.A.F.C.



Inauguración de las Jornadas de Turismo gastronómico en Aranjuez

## DestinoVino 2007, gran escaparate enoturístico

Del 12 al 15 de abril, ha tenido lugar en el recinto Rioja Forum de Logroño, el II Salón Internacional de Turismo del Vino, "DestinoVino 2007" donde se han dado cita más de 400 expertos y profesionales del sector turístico enológico, 23 instituciones y empresas expositoras procedentes de La Rioja y otras Comunidades Autónomas relacionadas con la cultura del vino. Durante cuatro días el Salón se ha convertido en un gran punto de encuentro para la celebración de una serie de actividades como la amplia exposición turística en la que el visitante ha tenido la oportunidad de viajar de un destino a otro a través de los diferentes stands, conocer bodegas, museos y empresas especializadas en enoturismo.

Otra de las actividades que ha obtenido un gran éxito es la degustación de vinos maridados con tapas típicas, una de las estrellas de los productos enoturísticos, gracias a una interesante sesión en vivo y en directo presentada por el experto Alberto Ruiz. Por otra parte, la uva se ha convertido en materia prima para los diversos tratamientos para la relajación y belleza corporal, permitiendo al visitante del Salón probar cosméticos, productos de belleza relacionados con el vino así como un beauty bar, en donde disfrutar de bebidas y zumos con propiedades antioxidantes y de belleza. Una de las principales novedades de esta edición ha sido el Teatro del Vino en donde el numeroso público asistente, ha podido acercarse al vino a través de una interpretación teatral y sesiones de cine, en donde se conjuga cine y vino, teniendo a este último como protagonista y argumento



fundamental. A ello se ha sumado también un desfile de moda dirigido por el diseñador Carlos Haro, que presentó la colección "Vendimia" con bellos modelos que incluían calzado riojano.

Tras la inauguración oficial a cargo de Pedro Sanz, presidente del Gobierno de La Rioja, Arancia Vallejo y Mónica Figuerola, consejera y directora general de Turismo, respectivamente, y otras autoridades, se iniciaron los "Diálogos del Vino", simposio internacional que durante dos apretadas jornadas contó con la participación de ponentes de talla internacional procedentes de Argentina, Australia, Chile, Estados Unidos, Francia, Italia, Portugal y Sudáfrica, que trataron del "Camino del Vino", "el peligro de nuevas fiestas alrededor del vino", "la clientela enoturística de las agencias de receptivo en Francia", "la gastronomía en bodega: el fenómeno show-food", "las nuevas tecnologías aplicadas al ecoturismo", "como influye el paisaje en la visita a la bodega", "evaluación de la relación calidad-precio en las mejores zonas enoturísticas del mundo" y "crear productos diferentes. Experiencias"

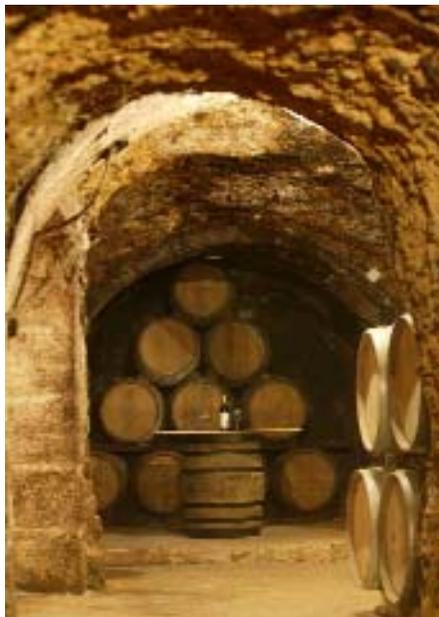
### Recorrido enoturístico

El magnífico programa ofrecido al grupo de periodistas invitados, incluía un atractivo recorrido visitando bellos paisajes de viñedos, bodegas centenarias o lugares de gran relevancia turístico-cultural. Comenzó en un enclave espectacular donde se erige la abadía de Cañas, joya del gótico cisterciense, con vidrieras de alabastro blanco que envuelve al visitante con una luz suave blanquecina para recrearse en las piezas de su completo museo. Ubicada a los pies de la ruta de los Monasterios, se visita la bodega de David Moreno en Badarán que elabora cerca de un millón de botellas de vino al año conservado en 2.100 barricas y que ha creado el Club del Vino con más de 200 socios, habiendo obtenido sus crianzas, reservas y vinos de autor, numerosos premios nacionales e internacionales. Otras de las bodegas emblemáticas visitadas es la Dinastía Vivanco en Briones, en donde el Museo del Vino, como centro de

divulgación de la cultura del vino en sus casi 5.000 metros cuadrados de exposición, muestra el cultivo de la vid, la vendimia, las técnicas de elaboración del vino, los trabajos en la bodega, a través de valiosos conjuntos de objetos etnográficos de distintas épocas, utensilios para su buen servicio y disfrute, entre los que se encuentra una completísima colección de más de 3.000 sacacorchos de todo el mundo y de todas las épocas. En uno de sus espacios temáticos, reúne una magnífica colección de arte y arqueología, con un amplio abanico de valiosas obras de arte de las más variadas épocas y técnicas que comparten el denominador común de estar vinculadas al vino.

Otra de las bodegas visitadas es la de Ontañón, artesana-familiar, situada a las afueras de Logroño, que plasma a través de la expresión del artista Miguel Ángel Sainz, la mitología en numerosas esculturas y pinturas dedicadas al mundo del vino y que dispone de un gran reserva 1994, del que se han elaborado tan sólo 10.000 botellas. Nuestro periplo culmina en las Bodegas Regalía de Ollauri, construcción singular de corte vanguardista, que utiliza un sistema de vinificación único en España. El 80% de la bodega está enterrada en el cerro para aprovechar al máximo la gravedad, dando un trato exquisito a la materia prima mediante la acción del bazuqueo durante la fermentación y la criomaceración, método de los más avanzados del mundo en la elaboración del vino, que consiste en aportar al depósito CO2 líquido en forma de nieve carbónica, sistema que ha merecido el respaldo del CDTI, siendo la investigación, el desarrollo y la innovación fundamentales para la obtención de vinos de extraordinaria calidad y el máximo potencial aromático. Produce medio millón de botellas al año en su marca Marqués de Terán, reserva, crianza y cosecha especial. En definitiva, una ocasión singular y memorable para vivir y disfrutar de una gran variedad de experiencias y sensaciones relacionadas con el turismo y la cultura del vino. °

*José Antonio Fernández Cuesta*





# NICARAGUA

## Tierra de volcanes

*Situada en el corazón del continente americano ofrece al visitante, color, folklore, cultura, exuberante naturaleza, ciudades coloniales, arqueología, todo ello con el calor de sus gentes entrañables. Con una población de cinco millones de habitantes*

*La República de Nicaragua obtuvo su independencia de España en 1821. Su lengua oficial es el español, el miskito y otras lenguas nativas. Su moneda el Córdoba, que equivale a 0,05 euros aproximadamente. El ron galardonado mundialmente, el café y la carne, son los productos principales de su economía y exportación.*

*Nicaragua tiene 16 volcanes y 25 contando los que se encuentran dentro de las lagunas, 6 de ellos están activos.*



**S**u capital es Managua, reconstruida después del último terremoto, está muy bien conectada con España y los EE.UU.. El turismo esta impulsando el desarrollo económico en los últimos cinco años, siendo la mayor fuente de ingresos, el pasado año el país recibió un millón de turistas, o sea ganó mas divisas que con los productos tradicionales como el café, la carne y los mariscos

## Granada

Esta bonita y exquisita ciudad, una de las más bellas de Nicaragua, es la única que se mantiene en el mismo lugar donde fue fundada, (a orillas del Gran Lago Cocibola) fundada por Francisco Hernández de Córdoba en 1524 . Fue muy asediada por los piratas y saqueada por las guerras civiles, destruida en 1856 por William Walter. Conserva un estilo muy singular.

Entre su edificios coloniales destacan la iglesia de San Francisco, la más antigua de Nicaragua, fundada en el siglo XVI; en su convento adjunto se puede admirar una gran colección de ídolos precolombinos. La ciudad se puede recorrer en coche tirado por caballos y admirar iglesias de estilo barroco y del renacimiento; sobresale la belleza de la iglesia de la Merced y la iglesia de Xalteva . La Catedral construida en 1500 se quemó en 1750, ha sido reconstruida en 1910. El



Granada

Ayuntamiento, la Casa de los Tres Mundos, el Parque Cristóbal Colón , la Casa de los Tres Leones.

Los hoteles de **Granada**, tienen un sabor especial, en su estilo colonial. Sus patios floridos, donde se suele encontrar la piscina, el bar todo muy coqueto y acogedor. Aquí yo recomiendo el Hotel La Gran Francia, además de una exquisita cocina, el servicio es encantador.

No se puede abandonar esta ciudad sin visitar el lago Nicaragua de una extensión de 8.262 kms., este lago denominado por los españoles el “mar

dulce”, se encuentran en sus aguas el pez Sierra y el tiburón Toro, adaptados a las aguas dulces. Navegar en Kayak por las isletas, ( hay 310, casi todas están ocupadas por preciosas casas) o en embarcación a motor, por tan solo 20 dólares, es el mejor descanso para el espíritu, admirar las bellas construcciones y los espesos jardines que las rodean, suelen pertenecer a familias adineradas, desde 40.000 a 80.000 dólares valen. También se alquilan algunas por 250 dólares el fin de semana.



Granada



Granada



Laguna de Masaya

Luego la excursión a la Reserva Natural Volcán Bombacho, ofrece la oportunidad de ascender al mundo mágico de la nebliselva.

De camino hacia **Pueblos Bancos**, hay que asomarse al Mirador de Catarina, pararse en **Masaya**, la ciudad de las flores, llena de viveros, cerámicas y maderas, es el lugar idóneo para esas compras en sus tiendas. Asomarse a la bella Laguna de Apoyo, con sus 200 metros de profundidad y 8 klms de diámetro, es otro atractivo de este recorrido.

En **Pueblos Blancos**, donde nació Andino en 1910, el yerno de Violeta Chamorro, que la convirtió en muy turística porque se hacen horóscopos, brujerías, se exporta la miel de flores y se cultiva la flor nacional, Sacuanjoche.

**San Juan de Oriente**, otro pueblo que destaca por su artesanía pre-

lombina, aquí la iglesia es parte del gobierno.

**Masaya**, ciudad cuna del folklore nicaragüense y de la marimba, el piano de madera. No deje de visitar el poblado Monimbo de indígenas, fue el primero en levantarse contra el gobierno de Somoza en 2001, también fue destruida por sus terremotos. Se acaba de construir el Mercado de Artesanía, que es el más importantes de toda Nicaragua, esta edificado en el Fuerte Cayolepel, del siglo XVII, de estilo medieval. La subida por el Parque Natural de Masaya, es un complejo volcánico de 54 kms., es impresionante, al asomarse al crater del Popogateque las fumarolas son intensas, despiden un calor insoportable, escuecen los ojos y no se puede respirar, fue llamado por los españoles "la boca del infierno", pero a pesar de todo ello habitan allí una colonia de periquitos australianos..

## Managua

Llegamos a esta extensa ciudad, y es interesante visitar el antiguo centro histórico, la Catedral, el Palacio Presidencial, la estatua de Rubén Darío, el Teatro Nacional, que lleva su nombre; y el impresionante lago Managua, de 1300 kms. y 38 mts. de profundidad, con largo Malecón, lleno de gente ataviada con los alegres colores. Los antiguos cines son ahora iglesias Evangelistas. Managua tiene en la actualidad mas de un millón de habitantes

El hotel Camino Real, es perfecto para hospedarse en esta ciudad, con bellissimo jardín al igual que su piscina, una exquisita restauración, habitaciones enormes, como también sus pasillos, tienen mucho ambiente sus bares, y salones para reuniones de trabajo e internet..

## León

Fue la capital de Nicaragua.. por más de 200 años, hasta que fue reemplazada por Managua en 1851, fue en el pasado un importante centro político, militar y cultural.. A causa de los continuos sismos y erupciones tuvo que moverse en el año 1610 su ubicación.

La Catedral de León, colonial de 1777, considerada la mas grande de Centroamérica, en su interior descansan los restos del gran poeta Rubén Darío, y también se destacan sus frescos y sus pinturas al óleo. Esta ciudad conserva gran variedad de estilos



León



León

arquitectónicos. Las iglesias de León estaban conectadas por túneles, para escapar del saqueo de los piratas ingleses, ahora están sellados. Y también se puede visitar las ruinas de León Viejo, declaradas por la UNESCO, Patrimonio de la Humanidad en el año 2000, que fueron sepultadas por el Volcán Momotombo.

Uno debe alojarse en el Convento de los Franciscanos, construido en 1991. León se destaca por su gastronomía, es una región rica en yuca, plátano verde y el famoso quesillo.

A continuación se debe de visitar los "Hervideros de San Jacinto", agujeros que lanzan intermitentemente agua hirviendo, que proviene del río subterráneo del Volcán Telica.

Se puede escalar los volcanes: San Cristóbal, Consigüina y Momotombo, este último se puede disfrutar de sus aguas termales.

## Puerto de San Juan del Sur

Antes de llegar a esta pequeña ciudad, encontraremos la Reserva Natura de Mombacho, donde se encuentran 86 especies de orquídeas, salamandras, ranas de ojos rojos. En las faldas del volcán están las plantaciones de café.

El Puerto de San Juan del Sur situado en las aguas del Pacífico es uno de los puertos más importantes del país y turístico. Aquí atracan los cruceros. Goza de una playa ideal para el buceo, la pesca deportiva y el surfing. Tienen un ambiente deportivo, con pequeños hoteles y restaurantes a los lados de la calle principal

A tan solo 20 kms., se encuentran las playas de Chacocente y La Flor, se puede disfrutar desde el mes de julio a enero del desove de la Tortuga Paslama, que es una de la mas grandes del mundo.

Otra opción es la de hospedarse en el Hotel Morgan's Rock, en lo alto de una montaña. Bonita subida y bellísimo hotel, con bungalows privados, al igual que su playa de arenas blancas y lindas hamacas. Desde la coqueta piscina, el restaurante o su bar la vista es perfecta. Es un lugar paradisíaco, para descansar una semana.

Se deberá volver a Managua, para regresar a España. °

Textos y Fotos:  
**MAFER**



### Como Ir

La compañía **IBERIA** Tiene vuelos directos Madrid-Miami-Managua, todos los días de la semana.

O de Madrid-Panamá con **IBERIA**, salida los sábados, martes y jueves: y la extensión a Nicaragua con la compañía **TACA** que vuela en Centroamérica con mucha frecuencias.



## Futuro del Turismo en la Comunidad de Madrid

En 2006, el incremento de turistas que visitaron Madrid fue el más alto de toda España, con un total de 8,6 millones de viajeros, de los que 3,4 eran extranjeros, siendo el dinero gastado de media por cada visitante, el más elevado del conjunto del país. Madrid sobresale como potencia turística gracias a que cuenta con una buena situación geográfica, en la confluencia de las dos regiones turísticas más importantes del mundo, Europa y el Mediterráneo. El turista que viene a Madrid, lo hace a lo largo de todo el año, con baja estacionalidad, lo que da estabilidad al sector y al empleo y permite rentabilizar mejor las elevadas inversiones. Sin embargo, la estancia media en 2006 se ha situado en 1,96 días frente a los 2,13 días de 2003, como consecuencia del cambio de los hábitos de consumo turístico.

En el documento presentado en el Foro sobre "el futuro del Sector Turístico de Madrid" se formulan unas interesantes propuestas para el desarrollo del turismo. En cuanto a la promoción, en el mercado inte-

rior, España debe ser uno de los principales objetivos de las campañas comerciales de la Comunidad y, en el mercado exterior, teniendo en cuenta que el turismo extranjero supone el 40% del total de turistas que recibe la Comunidad en términos de ocupación hotelera y su incremento en 2006 ha sido del 8,7%, muy superior a la media nacional, se apuesta por reforzar la promoción en los mercados tradicionales (Francia, Gran Bretaña, Italia, Estados Unidos..) ante la creciente competencia de otros países, sobre todo los antiguos integrantes del bloque del este de Europa, así como también en los mercados emergentes, como los citados que se han convertido también en interesantes mercados emisores de turistas. En este apartado, deben incluirse los principales países asiáticos como Japón, India y China y los países sudamericanos. La potenciación de los atractivos turísticos pasa por la promoción del turismo de negocios, tanto en los recintos feriales como en los palacios de congresos; poner en valor toda la riqueza histórica y cultural, ampliando la oferta turísti-



*De izda. a dcha.: Raúl López, alcalde de Coslada; Fernando Merry del Val, consejero de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid; Gerardo Díaz Ferrán, presidente de la Cámara de Comercio de Madrid y Bartolomé González, alcalde de Alcalá de Henares.*

ca y diversificando el destino de los turistas y potenciar también las actividades de ocio orientadas al colectivo de mayores. En la clausura, Fernando Merry del Val, consejero de Economía e Innovación Tecnológica, afirmó que la Comunidad de Madrid, tiene previsto alcanzar los 12 millones de turistas en el 2011, al finalizar la próxima legislatura.

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



# HOTEL HUERTO DEL CURA, "FAMILIAR POR NATURALEZA"

*Estamos ante un mágico establecimiento de cuatro estrellas caracterizado por la calidad de sus servicios y un trato personalizado al cliente, que junto a su magnífico Restaurante Els Capellans, se han convertido en un referente de la hostelería en España*



**H**ablar de Turismo de Calidad en Elche significa hablar del Grupo Huerto del Cura, una empresa familiar donde tradición y modernidad se funden a la perfección en sus dos establecimientos (el Hotel Huerto del Cura y el Hotel Milenio), en sus dos Restaurantes (Els Capellans y La Taula del Milenio) y en un Jardín Artístico Nacional conocido como el Huerto del Cura. Un complejo hotelero cuyos integrantes se alzan majestuosos en pleno corazón del mágico Palmeral de Elche, un entorno de gran belleza paisajística que se sitúa a escasos minutos del centro urbano creando un concepto diferente de entender la hostelería y dibujando un marco de ensueño para todos aquellos que deseen pasar unos días inolvidables en un oasis de paz, buen hacer, cuidado por el detalle y trato exquisito a sus clientes.

En el incomparable marco del Palmeral de Elche se alza el **Hotel Huerto del Cura**, un idílico cuatro estrellas, familiar por naturaleza y perteneciente al **Grupo Huerto del Cura**, en el que sus visitantes encontrarán un destino ideal para **desarrollar sus reuniones de empresa o para disfrutar de unos días de relax** en un entorno natural de gran belleza donde se respira una paz y tranquilidad absolutas. Y es que el establecimiento pone a disposición de todos sus clientes una gran oferta hotelera y de servicios, que unido a sus completas instalaciones, **exquisita gastronomía e inmejorable ubicación**, lo convierten en el alojamiento perfecto, no sólo para el turismo vacacional, sino también para el de negocios.

Siguiendo la filosofía de "hotel horizontal", sus 82 habitaciones (individuales, dobles y Junior Suites) están dispuestas a modo de bungalows y

rodeadas de exuberantes palmeras y plantas tropicales. Caracterizadas por su amplitud y funcionalidad, un depurado diseño vanguardista y una calidad extraordinaria en materiales y acabados, las estancias disponen de **aire acondicionado y calefacción, televisión vía satélite con mando a distancia, sistema interactivo de consultas, recepción de mensajes, teléfono directo, minibar, caja de seguridad, servicio de habitaciones 24 horas y conexión Wi-Fi gratuito**. Además, las *Junior Suites*, con un confortable dormitorio y un espacioso salón dotado de una mesa de trabajo con fax privado y sofá, son **ideales para aquellos ejecutivos que deseen continuar su jornada laboral en un ambiente apacible y acogedor**.

El **Hotel Huerto del Cura**, además de estar perfectamente habilitado para el descanso, también constituye un destino ideal para celebrar cualquier tipo de reunión de trabajo, celebración familiar o incentivos de empresa gracias a sus **8 salones**, con capacidad para **600 personas**, dotados de **los últimos adelantos técnicos y provistos de luz natural y vistas al jardín**. Equipados con las más modernas instalaciones, todas las salas disponen de **servicio de traducción y secretariado, vídeo, transparencias, proyectores, fax, conexión gratuita a Internet, ordenadores portátiles y sistema de vídeo conferencia**, que unido a la **atención personalizada** y al continuo asesoramiento por parte del personal cualificado del Hotel, aseguran el rotundo éxito de cualquier evento.

Para los amantes del deporte, el **Hotel Huerto del Cura** también pone a disposición de sus huéspedes su **Sport Hotel con 3.000 m<sup>2</sup> de jardín**, que propicia la práctica de actividades al aire libre, como **baloncesto**,



tenis, natación, gimnasia con aparatos, fútbol-sala, anillas, ping-pong, espalderas, abdominales, footing, jogging... Sin duda alguna, una amplia oferta deportiva que se complementa con otras instalaciones como **piscina para adultos y para niños, solarium y sauna.**

Y en el apartado gastronómico destaca su exclusivo **Restaurante Els Capellans**, donde los comensales podrán degustar una **selecta carta que, partiendo del respeto por la tradición gastronómica mediterránea y la calidad de los productos típicos de la región, alcanza un carácter único al conjugar creatividad, detalle, cali-**



**dad, servicio y una completa bodega con vinos de distintas denominaciones de origen.**

Todo ello, junto con el **Hotel Milenio**, de tres estrellas, su **Restaurante La Taula del Milenio**, y el **Jardín Artístico Nacional** conocido como el **Huerto del Cura** (considerado como un espacio natural único que data del año 1846 y que en la actualidad tiene un gran valor para botánicos y visitantes de todo el mundo, no sólo por su Palmera Imperial, sino por la gran variedad de especies que en él se pueden descubrir), dan vida al **Grupo Huerto del Cura**, una forma diferente de enten-

**der la hostelería que se ha ido transmitiendo de generación en generación y que, en la actualidad, ofrece a sus clientes un marco idílico donde disfrutar de unos días inolvidables, celebrar cualquier tipo de evento o, simplemente, descubrir un lugar en el que volver a sentirse, de verdad, como en casa... °**

**Información y reservas:**  
**Tl: 96 661 00 11**  
**[www.huertodelcura.com](http://www.huertodelcura.com)**



## El gasto total de los turistas extranjeros aumentó un 7,6% en marzo

*\* Islas Baleares, la Comunidad Valenciana y Andalucía fueron las comunidades autónomas de destino principal donde más aumentó el gasto de los turistas extranjeros en el primer trimestre de 2007*

En marzo de 2007 el gasto total de los turistas ascendió a 3.389 millones de euros, un 7,6 % más que el realizado en 2006, según la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) que elabora el Instituto de Estudios Turísticos. El gasto medio diario del turista se incrementó un 2%, situándose en 95 euros, y su estancia media en España fue alrededor de 9 noches, un 1,2% menor que en marzo de 2006. El gasto medio por persona apenas varió respecto al mismo mes del año anterior manteniéndose alrededor de los 848 euros por turista.

En el primer trimestre del año 2007 el gasto total realizado por los turistas no residentes en España ascendió a 8.293 millones de euros, un 5,2% más que en 2006. El gasto medio por turista fue de 843 euros y el gasto medio diario de 94 euros. En este período los turistas permanecieron en España una media de 9 noches. °

## Fuerte arranque del 2007 para el Turismo

Según el Informe de Exceltur presentado a finales de abril, se ha evidenciado un notable crecimiento de la demanda turística extranjera hacia España y la española sigue con más fuerza de la prevista, muy especialmente hacia el exterior más que a los destinos internos. Los empresarios de todos los subsectores turísticos españoles salvo los hoteleros de costa, perciben una clara mejora de su rentabilidad en el primer trimestre de 2007.. A diferencia del litoral, los destinos urbanos y del interior se han favorecido de una fuerte demanda, por la rápida y creciente propensión intraeuropea a realizar cortas escapadas tanto a las grandes ciudades como a capitales de provincias. En el inicio de 2007 destacan especialmente los crecimientos de Madrid y Valencia por la Copa América. Entre los países competidores cabe destacar la potente e inequívoca recuperación de Turquía y Egipto que obliga a vigilar muy atentamente su evolución y redoblar los esfuerzos competitivos en algunos destinos españoles de sol y playa.

El mercado alemán ha actuado como la principal locomotora de la demanda turística extranjera mientras el inglés se estancaba y subían el portugués y el italiano. En paralelo, se acentúa la caída de su estancia media por el peso de las escapadas cortas, lo que fomenta el seguir promoviendo estrategias que procuren la mayor afluencia de turistas posi-

ble, para asegurar tasas de pernoctaciones e ingresos crecientes. Los grandes grupos de agencias de viajes y turoperadores españoles siguen destacando por ser los que mejoran más sus resultados, gracias a que el emisor español sigue tirando con fuerza. Las empresas de transporte, particularmente las aéreas, también han mejorado sus márgenes y resultados este primer trimestre por mayor rotación de ventas y menores costes de carburante. Tras el buen comienzo del año, el escenario económico previsto durante el resto de 2007 para España, se mantiene favorable a efectos de los viajes. Finalmente, formula varias sugerencias de política turística ante las próximas elecciones: máxima prioridad de las nuevas autoridades autonómicas y municipales que resulten elegidas para asegurar la mayor competitividad sostenible del turismo español, buscando las mayores sinergias y apoyo al nuevo "Plan Estratégico Horizonte Turístico 2020" actualmente elaborándose desde el Ministerio, procurar la mejor gestión del espacio turístico y ordenación del territorio posibles y dedicar más recursos a promoción y más focalizados a los segmentos de mayor interés por sus efectos multiplicadores, promoviendo una cogestión público-privada con mayores compromisos recíprocos. °

*José Antonio Fernández Cuesta*



## Convenio de promoción turística entre el Ayuntamiento, la Diputación, la Cámara y los hosteleros, correspondiente a 2007

El convenio de promoción turística desarrollado bajo el lema "Asómate a Valladolid" entre el Ayuntamiento de la capital, la Diputación Provincial, la Cámara de Comercio e Industria y la

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, correspondiente al año 2007 fue firmado recientemente.

El acuerdo ha sido rubricado por el alcalde de Valladolid, Francisco Javier León de la Riva; el presidente de la Diputación Provincial, Ramiro Ruiz Medrano; el presidente de la Cámara Oficial de Comercio e Industria, José Rolando Álvarez Valbuena; y el presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, Fernando Pérez Alonso.

Las instituciones firmantes del convenio, que permite la realización de diversas acciones encaminadas a promocionar el turismo de Valladolid y su provincia, apor-

tan un total de 433.000 euros: Ayuntamiento: 180.000 euros, Diputación Provincial: 180.000 euros, Cámara: 55.000 euros (aporta además su infraestructura y personal), y la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería: 18.000 euros.

Gracias a la firma de este acuerdo, la iniciativa "Asómate a Valladolid" ha hecho posible acometer con éxito distintas actividades de promoción, entre las que figuran las presentaciones de los atractivos turísticos de Valladolid en Madrid, Barcelona, Bilbao o Valencia; la promoción gastronómica en la capital de España bajo la firma de "Valladolid es Sabor", o la presencia en ferias especializadas del sector. °





*Entre sus prestaciones destacan sus nuevos salones multifuncionales dotados de luz natural, su business center y un servicio de traslado de sus clientes al Recinto*

*HOTEL* —————  
*Villa Madrid*

## **APUESTA POR UN SERVICIO INTEGRAL PARA EL CLIENTE DE NEGOCIO**

El Hotel Villamadrid, un atractivo establecimiento de cuatro estrellas ubicado en el norte de la capital madrileña, ha incorporado a sus instalaciones novedosos servicios y un amplio equipamiento con el objetivo de lograr que el viajero de negocios disponga de todas las facilidades para el desarrollo de su trabajo garantizando, además, el confort en su alojamiento y una oferta culinaria de calidad, y apostando por una ágil comunicación de sus clientes con los centros empresariales de Madrid, como son el Recinto Ferial Juan Carlos I o el centro urbano.





**E**l *Hotel Villamadrid*, un establecimiento de cuatro estrellas y 121 habitaciones ubicado en la nueva ampliación del Paseo de la Castellana, con magníficos accesos al Recinto Ferial Juan Carlos I, al Aeropuerto Internacional Madrid-Barajas, la estación de tren de Chamartín y los principales centros empresariales de la Capital, continua apostando por ofrecer el más completo servicio para el cliente de negocios, que requiere instalaciones con tecnología de última generación, confort, buenas comunicaciones y un buen servicio. Los pilares básicos del establecimiento son, además de la excelencia en el alojamiento y el mejor servicio, una gastronomía de calidad para todos sus clientes, así como el más destacado equipamiento y completas instalaciones para el viajero de negocios y la celebración de cualquier evento o reunión.

Así, los ejecutivos encontrarán en este establecimiento el lugar idóneo para desarrollar sus convenciones, reuniones de trabajo, almuerzos de negocio o incentivo gracias a sus **dos salones multiusos, iluminados íntegramente con luz natural** y dotados de los últimos adelantos tecnológicos (Internet, micrófonos, pantallas desplegadas, cañones de proyección, etc...). Se trata del **Salón Norte, de 120 m<sup>2</sup>, con acceso directo desde la calle y capacidad para**

**albergar hasta 120 personas**, ideal para ponencias, presentaciones y diferentes actos de trabajo, y el **Salón Real, de 110 m<sup>2</sup>, panelable y con una capacidad de hasta 140 personas**, más orientado a desayunos de trabajo o almuerzos de empresa. A ello se suma su tradicional **Salón Social, de 225 m<sup>2</sup>, con aforo para 200 asistentes, que está rematado por una espectacular cúpula piramidal acristalada** bajo la que el cliente puede celebrar cócteles y presentaciones, disfrutar de unas horas de conversación, leer un buen libro o, simplemente, reunirse de forma más personal.

A su vez, para necesidades más específicas, el *Hotel Villamadrid* cuenta con dos nuevos **Business Center**, con ordenadores y conexión wireless de alta velocidad, pensados para conservar la intimidad de pequeñas reuniones en las que los clientes podrán disponer de la ayuda del personal del establecimiento para desarrollar cualquier tarea, como **servicio de fotocopias, envíos de fax o cafetería**. Y por si esto fuera poco, el *Hotel Villamadrid* es consciente de la necesidad de desplazamiento de sus huéspedes, por lo que, durante las Ferias celebradas en Madrid, pone a su disposición un **servicio de Microbús al Recinto Ferial Juan Carlos I**, así como la vuelta desde el Parque de las Naciones al hotel, desde tan sólo 2 euros, efectuando también traslados durante los

fin de semana al centro histórico de la Capital.

Sus **121 acogedoras habitaciones**, decoradas con un estilo funcional, moderno y elegante, están equipadas con cuarto de baño completo, calefacción, aire acondicionado, caja fuerte, minibar, línea de módem, conexión a Internet Wi-Fi, televisión vía satélite, Pay-TV, servicio de habitaciones y secador de pelo. Además, y como novedad, **una de las alas del establecimiento alberga habitaciones para no fumadores**. A todo ello hay que sumarle una extensa gama de productos de bienvenida que han sido diseñados y concebidos en exclusiva para los huéspedes de este coqueto hotel madrileño como un ejemplo más del cuidado por el detalle que su **Director, D. Fernando Valdivielso**, ha querido reflejar en cada una de sus estancias y rincones.

En el apartado culinario, el *Hotel Villamadrid* vuelve a sorprender gratamente, pues alberga un **afamado restaurante** con una capacidad de hasta 150 personas, ubicado en un amplio y luminoso salón que, durante todos los días del año, ofrece **una exquisita cocina basada en una carta de corte Mediterráneo con toques modernos** que se actualiza con el cambio de temporada, y cuyos platos, elaborados con productos de la máxima calidad, gozan de una singular presentación y sabores aptos para los paladares más exigentes. También cuenta con una variada selección de sugerencias diarias y un menú ejecutivo. Además, el establecimiento brinda a todos los clientes del restaurante la posibilidad de estacionar sus vehículos de forma gratuita en el parking del hotel, que dispone de 200 plazas. °

Información y reservas

Tl: 91 25 35 000

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



**GLOBE07**  
Travel Exhibition in Rome

## I FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE ROMA

**D**el 22 al 24 de marzo ha tenido lugar en el nuevo recinto ferial de Roma, próximo al aeropuerto de Fiumicino, la 1ª edición de la Feria Internacional de Turismo que ha ocupado cuatro pabellones, con una superficie neta de 38.000 metros cuadrados, 1.300 empresas expositoras entre las más grandes del sector, más de 20.000 operadores italianos y extranjeros registrados **on line**, todos profesionales del turismo y 10.022 entrevistas concertadas con antelación entre oferentes y más del millar de compradores provenientes de 45 países. Los cuatro pabellones temáticos estaban dedicados a Italia y todas sus regiones, Países de Largo Alcance, Mediterráneo y Servicios.. En los dos últimos, estaban presentes entidades y empresas de pro-

Seminario celebrado durante la feria



moción extranjera y proveedores de servicios turísticos procedentes de países como Egipto, Grecia, Jordania, Túnez y Turquía, entre otros. Globe ha supuesto una completa innovación en el modelo b2b, en el campo logístico, tecnológico y comercial.

En un ambiente acogedor marcado por stands atractivos pero sin la grandiosidad de otras ferias, se contempla con agrado la amplia y variada oferta de las más de 1.300 empresas, ajenos al agobio y el estruendo de otras conocidas ferias. Los expositores se han encontrado con más de un millar de potenciales compradores provenientes de todo el mundo que habían concertado día y hora para la entrevista, en un espacio cómodo y distendido que ha facilitado la conclusión de negocios. Este ha sido el gran atractivo de la Feria que se ha presentado en su página web, con un eficaz registro **on line**, un pasaporte y código personal disponible con bastante antelación a su celebración. El sistema ha permitido bloquear fecha y hora para las entrevistas en el gran recinto **workshop**, habilitado al efecto en uno de los pabellones, además de los contactos efectuados en los propios stands. El día anterior a su inauguración, se celebró en el Palacio Ara Pacis, una jornada sobre el tema "Turismo, vehículo para la Paz" que fue inaugurada



Stand de Costa Cruceros en la feria

por Walter Veltroni, alcalde de Roma quien pronunció un breve pero interesante discurso relacionando la libertad de viajar basada en el respeto recíproco y el reconocimiento de los valores sociales indiscutibles que es necesario respetar. Se celebraron también otros encuentros como el dedicado al "Observatorio Congresual Italiano", al "Turismo: energía alternativa de la economía" y a las "Inversiones en la industria turística Mediterránea". La gran novedad de esta Feria han sido los innumerables actos que han tenido lugar en la ciudad para disfrute de romanos y turistas. En resumen, se puede concluir que Globe07, con estreno incluido del nuevo recinto ferial, ha satisfecho las expectativas de expositores, operadores turísticos y visitantes profesionales así como de los participantes que han asistido a los diferentes encuentros y actos organizados con motivo del certamen. °

José Antonio Fernández Cuesta

### ULTIMA HORA

#### Feria Germany Travel Mart 07

**D**el 13 al 15 de mayo se ha celebrado en Berlín y en Potsdam, la GTM 2007, "Feria Germany Travel Mart", que este año correspondía a la 33 edición.

Más de 650 representantes de la industria turística y los medios de comunicación internacionales pertenecientes a 45 países se han dado cita en este Ferial de turismo receptivo para relacionarse con los 379 expositores alemanes en el workshop.

Según la organización, esta edición ha sido extraordinaria y nunca en las 32 ediciones anteriores habían recibido tantos tour operadores-compradores y periodistas, siendo por ello para los expositores muy positiva.

Dado que este número de TAT ya estaba cerrado al finalizar la GTM, en la próxima edición publicaremos un reportaje de la misma. °

#### El Salón Náutico de Madrid confirma su potencial como plataforma comercial y de novedades

**E**l Salón Náutico de Madrid, que se ha celebrado en la Feria de Madrid (14-18 de marzo), con un total de 210 astilleros y empresas náuticas y 450 embarcaciones, ha confirmado el excelente momento que vive la náutica de recreo en nuestro país, con un importante dinamismo en la actividad comercial y con la visita de 34.248 aficionados llegados de toda España.

Los sectores que han registrado un mayor interés, han sido la vela, en un 20,4%; las embarcaciones neumáticas, un 13,20%; las embarcaciones a motor, un 8,75%; las canoas y kayacs, un 8,72%; el windsurf, un 7,10% y los

motores marinos, un 7,10%, entre otros.

El Salón Náutico de Madrid ha sido escenario de la presentación de las más novedosas propuestas de las firmas líderes del sector. El segmento de la vela ha sido uno de los grandes protagonistas del pasado certamen al que se destinó un espacio de 25.000 metros cuadrados de superficie expositiva, con una oferta exhibida de 450 embarcaciones.



## GUIAS El País Aguilar

### Hoteles con Encanto



Con un nuevo diseño que resalta aún más los atractivos de los establecimientos, esta edición de Hoteles con encanto reseña 174 pequeños hoteles especialmente escogidos por poseer un estilo propio que los hace únicos. Todos ellos se distinguen, por descontado, por la calidad de sus instalaciones y servicios.

Comentarios de cada establecimiento, así como toda la información útil para el huésped y precios actualizados; propuestas turísticas, gastronómicas y culturales de los alrededores; instalaciones, servicios y un mapa de carreteras con la ubicación de cada establecimiento. ° **PVP 23,90 €**

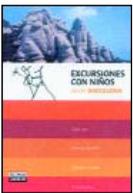
### Casas rurales con Encanto



A la hora de planificar unas vacaciones en la naturaleza es fundamental la elección de un alojamiento cómodo, agradable y con todas las garantías. Ante la enorme y desigual oferta de casas rurales, esta guía orienta al viajero sobre los mejores establecimientos

de cada provincia, sus servicios y sus características, con información comentada y valorada, fotografías, precios y número de habitaciones, además de las actividades y excursiones que se pueden hacer por los alrededores. Todas las casas recomendadas han sido visitadas por el equipo que elabora la guía y seleccionadas tras un minucioso examen. ° **PVP 21,90 €**

### Excursiones con Niños



Las guías proponen 20 excursiones a pie especialmente adaptadas para familias con niños pequeños, en parajes próximos a las ciudades de **Madrid y Barcelona..**

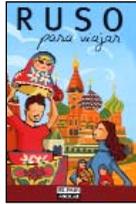
Todas las rutas son de fácil acceso, se desarrollan por sendas señalizadas y seguras y su distancia, desnivel y duración se supeditan a la capacidad de los pequeños. Además, se proponen actividades y juegos que hacen más amena la excursión a la vez que inculcan el respeto a la naturaleza.

Las excursiones están pensadas para una sola jornada, aunque se recomiendan alojamientos y restaurantes, así como visitas por las cercanías, por si se quiere prolongar la estancia.

Aunque pensadas para los pequeños, las guías se dirigen sobre todo a los padres y acompañantes adultos, proporcionándoles diferentes materiales para organizar la excursión de la forma más interesante para los niños, a la vez que combinan el aspecto puramente deportivo -senderismo- con temas y actividades relacionadas con la naturaleza y el medio rural. °

**PVP 21,90 €unidad**

### Idiomas para Viajar

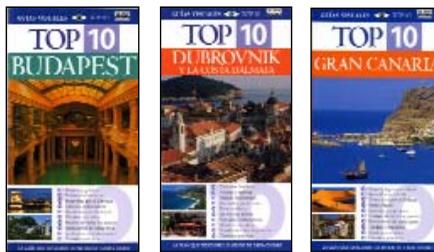


Una colección imprescindible para moverse por aquellos lugares dónde el viajero no puede utilizar su idioma nativo.

Cada guía es un práctico manual de conversación que incluye, además de una breve introducción al idioma y una sencilla guía de pronunciación, las palabras y expresiones más frecuentes, frases específicas para situaciones concretas, letreros de utilidad, y todo el vocabulario esencial. En sus páginas, el viajero encontrará también información sobre alojamiento, restaurantes, museos, desplazamientos, compras, emergencias etc. ° **PVP. 4,90 €unidad**



### Colección Guías Visuales TOP 10 BUDAPEST, DUBROVNIK, GRAN CANARIA



**Budapest** está formada por tres poblaciones distintas de gran atractivo: las montañosas Buda y Óbuda en la orilla oeste del Danubio y la llana Pest en la orilla este. Cuenta con numerosos lugares de interés histórico, tan dispares como las ruinas romanas de Aquincum, los baños turcos y el Parlamento neoclásico. Al anochecer, se anima con sus bares y clubes, además de ofrecer restaurantes de gran calidad.

Esta guía descubre con detalle los encantos diurnos y nocturnos de la bella capital húngara.

La costa dálmata se está convirtiendo en uno de los destinos más atractivos de Europa. Su preciosa costa se extiende entre un impresionante macizo de piedra caliza y las aguas azules del Adriático, en el que cientos de islas, unas habitadas y otras no, esperan al visitante. No faltan los importantes núcleos urbanos, cuyo mejor ejemplo es **Dubrovnik**, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco,

que hoy día ha recuperado su esplendor.

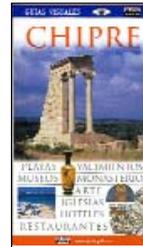
No deja de ser una zona un tanto desconocida, por lo que resulta obligado acompañarse de una guía completa y detallada, como ésta, y que además ocupa muy poco sitio en el equipaje.

Hay quien describe **Gran Canaria** como "un continente en miniatura", y no sin razón. En sólo 1.500 km<sup>2</sup> se puede viajar desde la accidentada costa norte, con exuberantes bosques y volcanes extinguidos, hasta los emblemáticos picos centrales, antes de descender hasta los profundos barrancos del sur y oeste, que desembocan en un paisaje árido y en hermosas playas. Mágico rincón atlántico, con un inmejorable clima, que atrae a numerosos visitantes durante todo el año.

Un placer descubrir con esta guía que **Gran Canaria** es mucho más que playas y descanso. °

**PVP. 11,90 €unidad**

### Colección Guías Visuales CHIPRE



**Chipre** se va convirtiendo en uno de los destinos preferentes a la hora de elegir dónde pasar las vacaciones. Y es que a pesar de su reducida extensión, atesora una notable variedad de lugares de interés: museos y yacimientos arqueológicos que abarcan más de cinco milenios de historia,

fortalezas medievales, templos centenarios situados en yermas laderas, frondosos bosques y hermosos valles poblados de viñedos, campos de cereales y olivares. Su diversidad geográfica permite, en un mismo día, bañarse en el mar y esquiar en las montañas.

Esta guía, ricamente ilustrada, ofrece todo lo necesario para descubrir Chipre: mapas y planos, itinerarios y visitas, playas, restaurantes, hoteles... °

**PVP. 28,90 €**

### Guía de Restaurantes

#### Oficina de Congresos de Valladolid

La Oficina de Congresos de Valladolid ha editado una **Guía de Restaurantes** en la que aparecen ubicados por zonas los múltiples complejos hosteleros pertenecientes a la Oficina de Congresos. Se ha optado por un formato de reducido tamaño para el fácil manejo de los congresistas y con tapas duras para que sea un folleto de gran calidad. Además de la información básica de ubicación, teléfono, fax,... se ha querido dar importancia a los jefes de cocina y a sus creaciones, llevándose estas las portadas de cada restaurante. También se indica, el precio medio por persona y se hace una pequeña descripción del tipo de comida, ambientación y materias primas que se utilizan para la elaboración de los productos. °



## Bienvenidos al nuevo esMADRID.com

**E**sMADRID.com es una web diferente. El portal de la ciudad de Madrid, que desde que nació en noviembre de 2004, ofrece la más amplia información sobre la cultura, el ocio y los negocios, se ha renovado para mostrar la mejor imagen de la capital.

Esta nueva versión del portal, que no sólo ha modificado su diseño y su estructura sino que ha añadido nuevos contenidos e incorporará progresivamente nuevos servicios y funcionalidades, ha sido presentada por Miguel Ángel Villanueva, Consejero Delegado del Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid y Presidente de la Empresa Municipal Promoción de Madrid.

### Nuevas secciones y contenidos

Los contenidos del portal se han mejorado y reorganizado en nuevas secciones -Siempre, Agenda, esMADRIDtv, Especiales, Servicios, Negocio y Registro- que aportan una visión clara y ordenada de lo que ofrece Madrid.

Una de las principales novedades es *Conoce Madrid*, un espacio en el que se reúnen, a través de doce conceptos -Vida, Cielo, Arte, Noche, Naturaleza, Compras, Gastronomía, Desarrollo, Diversión, Tradición, Educación e Historia-, todos los rasgos que caracterizan la ciudad, que permiten saber cómo es y que mejor la dibujan.



## Los residentes en España realizaron 166,3 millones de viajes en 2006

- \* El 93,6% fueron dentro del territorio nacional
- \* El 46,1% fueron viajes de fin de semana, el 19,9% en periodos de vacaciones y el 5,4% en puentes
- \* Los principales destinos nacionales fueron Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla-León
- \* Madrid y Cataluña fueron las que más viajes realizaron

**D**e enero-diciembre de 2006 el número total de viajes realizados por los residentes en España ascendió a 166,3 millones, un 3,1% menos que en el año 2005. Este descenso se debe principalmente a la disminución en el año 2006 de los viajes por motivo visita a familiares o amigos y viajes por motivo trabajo/negocios, ya que aunque los viajes por motivo ocio aumentan no logran compensar la caída. Se mantienen los viajes

en alojamiento hotelero y las pernoctaciones en este tipo de alojamiento aumentan en un 4,2%.

De estos viajes, realizados en 2006, el 93,6% (155,6 millones) fueron dentro del territorio nacional (viajes internos) y el 6,4% restante (10,7 millones) se realizaron al extranjero, principalmente a países europeos (77,2% de los viajes emisores). Los viajes internos disminuyeron un 3,4 % y los viajes emisores aumentaron un 1,6%.



**DIPUTACIÓN DE VALLADOLID**

## II Congreso Provincial de Gastronomía organizado por la Diputación de Valladolid y el municipio

**L**a Diputación de Valladolid y el Ayuntamiento de Medina del Campo organizó el **II Congreso Provincial de Gastronomía** a finales del pasado marzo en el que intervinieron, el presidente de la Diputación de Valladolid, Ramiro Ruiz Medrano -acompañado por el alcalde de Medina del Campo, Crescencio Martín Pascual; el diputado de Promoción Provincial, Dionisio Miguel Recio, y el presidente de la Asociación de Hostelería de Medina del Campo, Carlos Rochas. Colaboraron con la organización la Asociación de Hostelería de Medina del Campo, "Pan de Valladolid" Marca de Garantía y la Asociación Provincial de Empresarios de Confitería de Valladolid.

El evento reunió a más de 100 profesionales en el Centro Cultural Integrado de Isabel la Católica de Medina del Campo.



## Renueva su portal turístico

**L**a web turística de Gijón [www.gijon.info](http://www.gijon.info) ha sido reformada reestructurando sus contenidos y facilitando la navegación. El home se ha dividido en tres partes fundamentales. En la zona superior se ha dado prioridad a la parte más comercial con ofertas de visita a Gijón incluidas en los catálogos

de comercialización así como destacados del merchandising, la Gijón card y la central de reservas. La parte central se ha destacado la parte de eventos y la inferior a contenidos relacionados con la Sociedad Mixta de Turismo y asociaciones.

Una de las principales novedades se

ha denominado "*la cartera del viajero*". Mientras se navega por la web se pueden ir guardando en este apartado aquellas informaciones más interesantes que ayudarán a confeccionar un folleto a medida de cada visitante.



## La oferta turística y de congresos de la provincia de Valladolid en Madrid

El presidente de la Diputación de Valladolid, Ramiro Ruiz Medrano, acompañado por el diputado de Promoción Provincial, Dionisio Miguel Recio y el alcalde de Valladolid, Francisco Javier León de la Riva, participaron en la presentación de la oferta turística y de congresos de la provincia de Valladolid en Madrid, durante todo el día 25 de abril, en el Hotel Silken Avenida de América, durante el almuerzo la oferta congresual y durante la cena la oferta turística de la provincia.

El alcalde, Francisco Javier León, destacó que Valladolid capital con 350.000 habitantes goza de una gran oferta turística

hotelera y una magnífica comunicación por autovía, a 200 kms. de Madrid y para finales de año que estará inaugurado el tren de alta velocidad serán 50 minutos lo que se invierte para llegar, y poder disfrutar de ese gran patrimonio cultural, su gran calendario de fiestas y actividades, donde destaca, el Festival del Cine, el Concurso Internacional y Nacional de Tapas y Pinchos, todo ello regado con sus famosos vinos y la magnífica gastronomía de toda la provincia. Además de sus museos tradicionales, en la capital han sido inaugurados dos más recientemente: la Casa del Río y el Museo Taurino. Su Semana Santa, declarada de Interés Turístico Internacional, y un sin fin de actos, sin olvidar la Tarjeta Turística, o el Bus del Vino, para despertar los sentidos, que facilitaran las visitas a los turistas.

Ruiz Medrano, comentó que la provincia disfruta de 110 casas rurales, 180 hoteles de tres, cuatro estrellas, y más de 200 restaurantes. Los recursos turísticos de la

región: en el Norte el Canal de Castilla, que se recorre en una embarcación turística, y se admira la flora y la fauna. En la región de Sur, la Villa Romana de Almenara-Puras que constituye un centro de interés cultural y turístico, del siglo IV, y pista de esquí, en un complejo de 22 hectáreas. La región del Este con el Museo del Vino, que el pasado año tuvo más de cien mil visitantes y el Parque Centro de Ocio y, en la región Este el Valle de los 6 sentidos.

Las agencias de viajes y los medios de comunicación pudieron disfrutar de un workshop de los principales hoteles y de una degustación de productos y vinos de la provincia, donde destacaban tapas y pinchos muy bien escogidos.



**Andalucía** te quiere

### Primer año de la marca turística de Andalucía

*\* La nueva imagen ha estado presente en las principales ferias del mundo, en los grandes eventos deportivos y ha recorrido España en la promoción "Andalucía a todo tren"*

La nueva marca turística de Andalucía ha cumplido su primer año con una amplia proyección nacional e internacional, ya que ha estado presente en las grandes citas del calendario sectorial y en diversas promociones específicas. Con motivo de este primer aniversario, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte celebró el 29 de marzo un acto público en el que participaron los agentes sociales y económicos.

El nuevo logotipo andaluz ha estado presente en las principales ferias turísticas del mundo, entre las que se encuentran la ITB de Berlín, Fitur en Madrid, la World Travel Market en Londres o la World Travel Fair en Shanghai.

**Andalucía** te quiere

### Tercera comunidad española en implantación del sello fQf de calidad turística

*\* El número de entidades certificadas asciende a 206*

Un total de 206 establecimientos turísticos andaluces cuentan en la actualidad con la Q de calidad, un distintivo que concede el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Con estas cifras,

Andalucía suma más del 10% del total nacional y se convierte en la tercera comunidad autónoma en número de entidades con implantación de este sello, tan sólo superada por Cataluña (299) y Madrid (255).

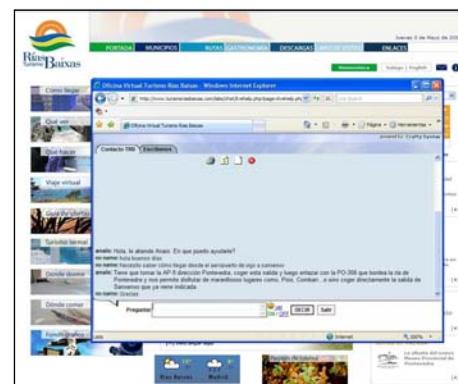


### Un nuevo servicio de consulta al turista

Turismo Rías Baixas acaba de poner en marcha un nuevo servicio de consulta al turista. Se trata de un servicio de consulta en origen que permite al usuario planificar su viaje a las Rías Baixas desde su domicilio.

El nuevo servicio se puede consultar en la web [www.riasbaixas](http://www.riasbaixas).

El turista, al igual que ocurre en otros foros o chats, debe identificarse con su nombre y e-mail y posteriormente pulsar en enviar.



**INDIA**

**El estado de Haryana se presento en Madrid**

**L**a India mas cerca. Una delegación del Estado de Haryana, reunió el pasado 14 de marzo, en el incomparable marco del Restaurante Ganges, encabezada por la Ministra de Turismo del Estado de Haryana, Kiran Choudhry, acompañada de Keshni Anand Arora, Comisionaria & Secretaria del Gobierno de Haryana y Satwanti Ahlawat, director del Corporación de Turismo de Haryana, a unos escogidos medios de comunicación y tour operadores, para presentar este estado de India.

La ministra Kiran Choudhry, comentó la agradable reunión que con anterioridad había mantenido con el Consejero de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, Fernando Merry del Val, para una colaboración en el sector de las tecnologías del turismo. Y los muchos atractivos de este estado para captar el turismo español.

Haryana, esta situado en la periferia de Delhi, capital de la India, rodeada de cuatro estados, Uttar Pradesh, Rajasthan, Punjab



y Himachai Pradesh, especialmente cerca de Agra, Jaipur, Chandigarh y Amritsar, ciudades que nadie deja de visitar cuando va a este maravilloso país. A tan solo 6 kms, de aeropuerto internacional de Indira Gandhi.

Este estado rico en industrias y pionero en el turismo, cuenta con profusión de hoteles, moteles, restaurantes, bares, clubs, lagos, para hacer deportes acuáticos, etc., reciben cada año más de 6 millones de turistas. Otro de sus atractivos es el turismo rural, tienen 21 casa rurales, muy cerca de Delhi, sus dueños hacen de guías y cocinan para sus huéspedes. Cuenta con 4 campos de golf. Haryana tiene además unos paisajes de gran belleza. ☺

**USA**

**El museo Metropolitan de Nueva York se une a la oferta de productos del City Pass**

**E**l CityPass de Nueva York añade al Museo Metropolitan a su bloc de pases de atracciones imprescindibles de visitar en la ciudad. CityPass®, conocida por agrupar las atracciones más populares de las ciudades más grandes de Estados Unidos anuncia que a partir del 1 de junio en su pase de la ciudad de Nueva York se encontrará dentro de su oferta la entrada al Museo Metropolitan junto con las otras atracciones (Empire State Building, crucero de Circle Line, Museo MOMA, Museo Guggenheim, Museo de Historia Natural y el Rose Center). Con un precio de 65\$ para adultos -pero con un valor de 130\$- el Citypass de Nueva York representa un 50% de ahorro en las atracciones principales de la ciudad si las entradas fuera adquiridas individualmente. ☺



**El turismo español crece un 39,5% en el primer trimestre del año**

**L**a llegada de turistas españoles a Egipto ha crecido un 39,5% durante los primeros tres meses del año 2007, en relación a los datos del mismo trimestre del año pasado. En total, cerca de 40.000 españoles han visitado el país durante este periodo. Cabe destacar que sólo durante el mes de marzo de 2007, se ha producido un incremento del 80% de visitantes procedentes de España, con respecto al mismo mes del 2006. Estos datos han sido recibidos con gran optimismo por parte de la Autoridad de Turismo de Egipto.

Las visitas consisten generalmente de estancias mínimas de unas 8, 9 noches. De hecho, el número de pernотaciones de los españoles en Egipto ha crecido también un 36% con respecto al trimestre anterior, alcanzando un total de 325.000 pernотaciones. ☺



**Récord de turistas españoles en 2006**

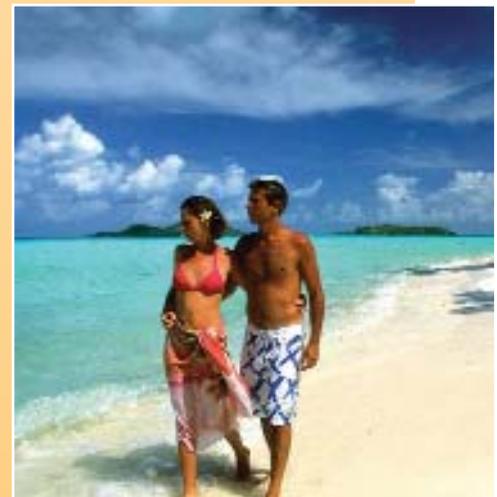
*Tahití y sus islas recibe cerca de un 31% más*

**D**urante el año pasado más de 5.200 españoles escogieron Tahití y sus islas como destino, un 30,84% más que en 2005. Este significativo aumento de viajeros sitúa a España en una posición de liderazgo en el mercado europeo. Desde la creación de la oficina de Tahiti Tourisme en España en 2003, el crecimiento medio ha sido del 25%.

Tahití y sus islas recibieron el pasado año a más de 221.000 turistas procedentes de distintas zonas del mundo, el mejor comportamiento en los últimos cuatro años, según declaraciones de la Ministra de Turismo de Tahití y sus islas, Maina Sage.

Las estadísticas son especialmente positivas para el mercado europeo, que se sitúa en el primer puesto de emisores de viajeros, y en concreto para España, que fue el país del continente que más creció en términos de volumen, registrando un 30,84% más de viajeros de un ejercicio a otro.

Asimismo, Tahití y sus islas encabezan el ranking entre los territorios franceses de Ultramar, copando el 60% de los viajes que realizan los españoles a dichas regiones, gracias a sus atractivos naturales y antropológicos, y a la infraestructura turística de alto nivel. ☺





## Los Destinos de Ultramar se presentaron en Madrid

**M**aison de la France, en colaboración con el Club de Destinos de Ultramar invitó a la prensa del sector el pasado mes de abril a la presentación de las islas de Guadalupe, Martinique, Reunión y Tahití, y también a los complejos hoteleros "des Hôtels & des Illes" y "Karibéa Hotel".

Tras las palabras de bienvenida de Patrick Goyet, director de Maison de la France destacó que el pasado año fueron 9.000 españoles los que visitaron el Ultramar francés, y que estas islas son las más famosas y se espera que en 3 y 4 años se pueda duplicar estas cifras. La creación de el "Club de Destinos de Ultramar", desde hace dos meses, trata que los asociados tengan las mismas expectativas de mercado para promocionar los destinos de ultramar y sus productos hacia el mercado español, con unas perspectivas de campañas de publicidad dirigidas a los agentes de viajes, información on line, viajes de prensa, de todos sus destinos que se encuentran en el Pacífico, Atlántico y Caribe..

A continuación cada representante de las distintas islas en una corta y plenas

intervención, describieron los atractivos de estas paradisíacas islas.

Tahití, **Moorea**, **Bora Bora**, en el Pacífico Sur, un sueño de calores. El pasado año tuvieron 5.600 turistas españoles. Uno de los atractivos desconocidos de esta isla es el golf. El Abierto Internacional de Golf, se viene celebrando desde 1982. Isla muy visitada por los cruceros y la reina de los eventos culturales

**Reunión**, la isla francesa en el océano Índico, tiene playas y montañas y puede practicar todos los deportes, sus maravillosas playas de la costa oeste con más de 60 hoteles. Además de un volcán en erupción hasta hace pocos días. Se la conoce por "una isla verde y azul"

**La Martinique**, esta en medio del Caribe, hace parte de las Pequeñas Antillas, con una cadena volcánica, fascinante por su



diversidad y la belleza de sus paisajes, en el norte una selva tropical y las playas de arenas negras, el sur ofrece playas de arena de oro., y es verano todo el año.

**Guadalupe**, se compone de 7 islas cada una con distintos paisajes, folklore y gastronomía, se encuentran en el mar Caribe y en el Océano Atlántico, destaca su parque nacional de más de 12.000 hectáreas, un paraíso verde. En el centro del archipiélago esta Pointe-à-Pitre donde se puede admirar la arquitectura típica de la isla. ➔



## Turismo de Túnez lanza una nueva campaña de publicidad para el 2007

**L**a Oficina de Turismo de Túnez en España ha lanzado su campaña de publicidad para el 2007 en la que apela a la riqueza y diversidad de su oferta turística aún desconocida.

La campaña, de la que es responsable la agencia de publicidad Q&A Grupo

de Comunicación, abre una nueva etapa en el desarrollo y posicionamiento del destino para el mercado español.

La estrategia de comunicación adoptada para ello hace especial hincapié en las diferentes facetas del turismo tunecino - aventura, cultura, exotismo, golf, talasoterapia, etc.- y tiene como objetivo principal seguir potenciando su carácter mediterráneo, así como posicionar el destino en un lugar privilegiado dentro de este espacio geográfico validado por su cercanía, sus costumbres, sus contrastes y sus gentes.

La planificación de medios, se basa en un mix de soportes gráficos y de exterior, capaces de alcanzar una considerable cobertura especialmente en las principales zonas emisoras, llegando así al máximo número de clientes potenciales. En cuanto a la vigencia de la campaña, viene marcada por la estacionalidad de los viajes de los españo-



les, así como por la firme determinación de Turismo de Túnez para dar a conocer su amplia oferta en temporadas media-baja. ➔



## La nueva cara de Biarritz

Para informar a la prensa especializada de la nueva cara de Biarritz, Michel Vennac, Ite alcalde de la ciudad y Olivier Lépine, director general de Biarritz-Tourisme, celebraron una rueda de prensa a finales de abril en Madrid

Biarritz ha experimentado una gran transformación urbana, con nuevas funciones y servicios, entre los que se encuentran un centro urbano dedicado a los peatones, con nuevos equipamientos públicos entre ellos la Mediateca, el Diploma Superior Técnico en Audiovisuales, el Centro de Músicas Actuales, y en breve la inauguración de un SPA de gran lujo en el hotel del Palais. Ciudad del surf y el océano que hace que la ciudad balnearia se transforme en una auténtica ciudad turística.

Por ello ofrece tres centros de congresos, rehabilitación del Casino de Bellevne, reestructuración de las Plazas Bellevne y Clemenceau, jardines y paisajismo y la renovación del barrio Rocaille/Jules-Ferry..

En cuanto a la actividad turística, en diez años, la capacidad hotelera ha evo-



Claire Lartigan, directora de Comunicación



Michel Vennac, teniente alcalde de la ciudad y Olivier Lépine, director general de Biarritz-Tourisme

lucionado un 20% duplicándose y se han renovado todos los hoteles de 1ª y 2ª categoría.

Para el presente año, Biarritz ofrece a todos los visitantes un amplia agenda de actividades durante los doce meses con más de 74 manifestaciones entre festivales, salones, congresos, espectáculos, exposiciones, danzas, fiestas, conciertos y deportes (hípica, golf, tenis, pelota vasca, surf).

## 50 Años de Surf

Este año se celebra 50 años de surf en Biarritz, un deporte que nació en 1957 casi por casualidad, en la Côte Basque. El surf forma parte integrante de la cultura local, siendo el rey de los deportes náuticos, de deslice se convirtió en un emblema para Biarritz, por ello durante 2007 se celebrarán una serie de actividades dedicadas a este deporte mítico. ☺

## Región Central de Brasil en Madrid

La Región central de Brasil, que comprende; Brasilia, Goiás, Mato Grosso y Mato Grosso do Sul, se presentaron en Madrid el pasado 10 de mayo en el restaurante Novillo de Plata, brasileño, bajo la dirección del Instituto Centro Brasileiro de Cultura (ICBC) y la Oficina Brasileña de Turismo España, Embratur.

Jacqueline Di Araújo Costa, destacó, "que juntas estas regiones disponen de las mejores rutas turísticas, con diversidad ambiental, cultura, paisajística y un gran desarrollo del turismo sostenido." Mostró con diapositivas los atractivos de: Brasilea, una ciudad del siglo XXI, con su arquitectura agresiva y moderna. Goiás, con sus bellísimos edificios, su cultura el famoso Festival de Cine. Mato Grosso, con su naturaleza exuberante y el Pantanal, el paraíso de las especies raras y aves, cascadas, playas fluviales, rios llenos de peces. Y el Mato Grosso do Sul, con mas de 665 especies de aves, más de dos mil especies de plantas y 263 especies de peces se encuentra en esta rica región.

Fernanda Hümmel, directora de Embratur, dirigiéndose a los tour opera-

dores, mayoristas y minoristas que asistieron a la cena, hizo hincapié en que con la aportación de TAP, al ser la principal compañía aérea que vuela desde la Península Ibérica a Brasil esperaban un mayor flujo de turistas españoles.

Mª Victoria William, directora general de TAP, anunció que a partir del 19 de julio la compañía tendrá 5 vuelos semanales a Brasil, desde Madrid y Barcelona, tan solo han transcurrido 3 días de su anuncio cuando ya van mas de 1,200 reservas. TAP. También ha efectuado acuerdos con TAM y con GO compañías de bajo costo que amplían con ellas las rutas interiores.

En la actualidad TAP, primera compañía aérea europea, es líder en oferta con 60 vuelos semanales a 7 destinos de Brasil..

El pasado ejercicio 2006 TAP cerró con un beneficio de 7,3 millones de euros. Transporte en el mismo periodo 6,8 millones de pasajeros y 865.000 en Brasil. Cuenta con una flota de 48 aviones Airbus, de largo recorrido, A340,



El equipo representativo de Región Central de Brasil, durante la presentación

A330, A310. La compañía esta renovando la flota para el 2012. ☺

Mª Victoria Willian, directora general de TAP en España



## JOSÉ ANTONIO ESPEJO GUTIÉRREZ

Director general de Promoción y Comercialización Turística de Andalucía

**José Antonio Espejo Gutiérrez** es Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología y desempeñaba desde 2002 el cargo de delegado de la Junta de Andalucía en Madrid.

Desarrolló anteriormente su actividad profesional en la Unión Interparlamentaria Mundial y en el Consejo de Europa. Ha sido director del Centro Euro-latinoamericano de Juventud del Ministerio de Asuntos Sociales y director del Área Parlamentaria de la Consejería de la Presidencia.

## PABLO CASPERS

Nuevo Director Comercial de Air Berlin para España y Portugal



**Pablo Caspers**, ha sido responsable del Departamento de Vuelos de L' TUR Tourismus AG como director general Adjunto en la central europea de Baden-Baden, manteniendo una estrecha colaboración con Air Berlin. Fue director general para España de este touroperador en la central de Palma de Mallorca.

Su carrera profesional comenzó en la hostelería, en la cadena de hoteles Mercure del Grupo ACCOR en Hannover, como director financiero y de RRHH. Director financiero en Robinson Club del Grupo TUI, en Fuerteventura. Manager de Producto del Sistema Internacional de Contabilidad del Grupo Fidelio, en Munich. Director general del Hotel Menges Hof en Hannover, y director general del Hotel van Beber en Xanten, funciones que comparte, en Hannover y Xanten, con la labor de Responsable de Gestión de la Dirección General y Formación del Personal de una corporación hostelera de 120 hoteles, miembro del Grupo.

## IÑIGO GARCÍA-ARANDA

Nuevo director de Marketing de Amadeus España

**Iñigo García-Aranda** es Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, y MBA por ICADE. Incorporado a Amadeus España en 1997 como responsable de planificación, desde el año 2000 era responsable de marketing y nuevos negocios dentro de la Dirección Comercial, cargo que ahora deja para desempeñar su nueva responsabilidad. Anteriormente trabajó en el departamento de Grandes Cuentas de Philips Electrónica de Consumo.

## PILAR CANO

Nueva Presidenta Ejecutiva en la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica

**Pilar Cano**, como nueva Presidenta Ejecutiva, sucediendo a Ángela San Miguel, tendrá la tarea de dirigir la promoción de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá en los principales mercados Europeos - España, Italia, Reino Unido, Francia y Alemania- y en Asia, como una estrategia de promoción, bajo la marca Centroamérica.

**Pilar Cano** cuenta con una gran experiencia en áreas operativas como la planificación estratégica y el marketing-estratégico y operativo, así como su implementación en distintas disciplinas como Promoción, Comunicación comercial e institucional, Estudios de Mercado y Fidelización. Ha sido Directora de Marketing de Viva Tours y últimamente ha desempeñado dicho cargo en Dufry Internacional, empresa internacional de Travel Retail. Así mismo ha trabajado en Iberia Airlines, Aviaco y Aldeasa, como subdirectora de Proyectos de Fidelización y de Marketing respectivamente.

## IGNACIO DURÁN

Nuevo director del hotel M.A. Nazaríes Business & SPA



**Ignacio Durán** es Técnico en Actividades Turísticas por la Escuela Oficial de Turismo de Sevilla, con tres cursos de Filología en la Universidad de Granada y dominio del inglés, francés e italiano.

La andadura profesional de **Ignacio Durán** se inicia como recepcionista, primero en el Hotel Luz Granada y después en el Hotel Torrequebrada, ejerció como director de Dintur Viajes durante dos años.

En la cadena Hoteles M.A., en el Luna de Granada, como Jefe de Recepción. Fue director del Hotel Granada Center y regresó como director gerente del Luna de Granada y director del Hotel M.A. Alhama.

En Hoteles M.A., además de la dirección de los hoteles mencionados, ha colaborado en materia de Selección de Personal, Formación y Relaciones Sindicales con el Departamento de Recursos Humanos, y con el Departamento Comercial.

## Nombramientos en NH Hoteles

### GONZALO ALCARAZ

Nuevo director de la unidad de negocio de España y Portugal de NH Hoteles



**Gonzalo Alcaraz**, ha desarrollado su carrera profesional durante más de 15 años en el área de ventas de NH Hoteles, como Director Internacional de Ventas y Director Corporativo de Ventas.

### JOSE Mª BASTERRECHEA

Director de la Unidad de Negocio en Italia

**José María Basterrechea** lleva más de 10 años desempeñando puestos de responsabilidad en NH, entre los que destacan las direcciones de los hoteles NH Principado (Oviedo) y NH Villa de Bilbao, la Responsabilidad Corporativa de Integración y la Dirección Corporativa de F&B.

Hasta el momento de su nuevo cargo, era director de la Unidad de Negocio España y Portugal.

## Nombramientos en Luxe Hotels

### GONZALO OCEJO

Nuevo Director de Expansión y Ventas de Luxe Hotels



**Gonzalo Ocejo** es Licenciado en Ciencias Políticas (especialidad de Relaciones Internacionales) por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Dirección de Negocios Turísticos por ICADE. Sus últimos cinco años perteneció al área comercial internacional de Rafaelhoteles, donde fue Jefe de Ventas Internacional y posteriormente director comercial Internacional. Trabajó en Hyatt Regency Chicago desempeñando diversas funciones.

### PATRICIA RUBIANO

Nueva Directora Adjunta de luxe Hotels



**Patricia Rubiano** es Diplomada en Turismo (especialidad de alojamientos turísticos) por la Universidad de Alcalá de Henares y ha pertenecido sus últimos cinco años en diferentes departamentos de Rafaelhoteles, entre ellos adjunta Dirección Comercial y directora Comercial Zona Centro. Anteriormente había desempeñado diversas funciones en el hotel Husa Princesa y hotel La Moraleja de Madrid.



## Firman un convenio de colaboración sobre gestión ambiental y fomento de la movilidad sostenible

\* Cooperarán en materias relacionadas con el ruido, la contaminación, la eficiencia energética o la gestión de residuos

Los presidentes de Renfe, José Salgueiro y de Adif, Antonio González Marín, firmaron un convenio de colaboración en materia de gestión ambiental y fomento de la movilidad sostenible. El objetivo es establecer un marco de cooperación estable entre ambas empresas para desarrollar actuaciones de gestión ambiental relativas a la interrelación entre la infraestructura y la operación ferroviaria. Además, mediante este convenio, han quedado establecido los mecanismos y los cauces por los que se articularán los planes y las actuaciones resultantes.



### El tren, líder en movilidad sostenible

De este modo, Renfe y Adif trabajarán de forma conjunta por optimizar la eficacia del medio de transporte más sostenible: el ferroviario, gracias a su capacidad para transportar una mayor cantidad de personas y mercancías con el menor impacto ambiental.

En materia de movilidad sostenible, las ventajas del ferrocarril sobre otros modos de transporte se traducen en un ahorro neto por costes externos de más de 2.100 millones de euros al año.



Renfe en colaboración con el Ayuntamiento de Alcalá, organiza esta actividad de ocio

## El Tren de Cervantesf, en su IX edición, vuelve a circular entre Madrid y Alcalá de Henares

\* Unas 48.800 personas han viajado en el tren en las anteriores ediciones

Renfe y el ayuntamiento de Alcalá de Henares vuelven a poner en marcha una nueva edición del "Tren de Cervantes", una propuesta de turismo cultural y de ocio a bordo de un tren de Cercanías, que circulará todos los fines de semana y festivos desde Atocha-Cercanías a Alcalá de Henares.

El Tren de Cervantes, en su IX edición, circulará hasta el 24 de junio, y tras una interrupción durante el verano, volverá a conectar estas ciudades del 22 de septiembre al 9 de diciembre.

El tren sale de la estación de Atocha-Cercanías a las 11:00 de la mañana. En un recorrido amenizado por actores y con degustaciones de la gastronomía típica de la ciudad Complutense, llega a Alcalá, donde el viajero disfruta de un recorrido incomparable por la única ciudad Patrimonio de la Humanidad de

la Comunidad de Madrid.

El precio de la propuesta, incluyendo el traslado ida y vuelta, la visita guiada y las actividades. Los billetes se pueden comprar en estaciones de Renfe Cercanías y en agencias de viaje.

### 48.800 viajeros

El Tren de Cervantes se ha consolidado como una de las propuestas de turismo cultural más interesantes del fin de semana en la Comunidad de Madrid. Unas 48.800 personas han disfrutado de esta propuesta en las ediciones anteriores, destacando sobre todo la edición de 2005, que coincidió con el IV Centenario de la publicación de Don Quijote de la Mancha.

Más información:

[www.renfe.es/cercanias/madrid](http://www.renfe.es/cercanias/madrid)



Ultima hora

## Crea renfe.com/agencias

A través de esta plataforma Renfe implanta su billete electrónico en las agencias de viaje. Más de 800 agencias de viaje han solicitado ya la incorporación al sistema, que se encuentra operativo desde el 17 de mayo.

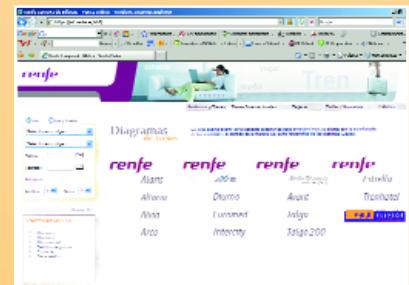
El pasado 17 de mayo en rueda de prensa a los medios especializados de comunicación, Víctor Bañares Yébenes, director de Servicios de Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe, presentó la nueva plataforma de Internet, con la novedad de su billete electrónico.

Las agencias de viaje pueden acceder a la compra de billetes de trenes de Renfe, tanto oferta nocturna como diurna de Alta velocidad-Larga Distancia, en recorridos nacionales, así como en los Avant y Media Distancia Convencional, los billetes se podrán emitir desde el momento en que estén disponibles y hasta dos horas antes de la salida:

[www.renfe.com/agencias](http://www.renfe.com/agencias)

Con esta nueva herramienta Renfe avanza en su objetivo de incrementar sus ventas, pues viene vendiendo por agencias el 40% de su billeteaje.

Dicha aplicación, es sencilla, hábil, universaliza el billete electrónico, optimiza sus costos, pues no necesita el personal de la agencia de viaje cursos de formación, como el sistema de ventas SIRE, y se puede emplear cualquier ordenador. Además de la comisión establecida a las agencias de viajes, sobre estos billetes tendrán un 2,75 por ciento de comisión.





## La Feria de Valladolid del 22 al 25 de noviembre de 2007

\* Las jornadas para profesionales de Intur Negocios tendrán lugar los días 22 y 23 de noviembre

La Feria de Valladolid celebrará la undécima edición de **Intur**, Feria Internacional del Turismo de Interior, del 22 al 25 de noviembre de 2007. Fiel a su cita anual con el sector del turismo de interior, el certamen apuesta de nuevo por su condición de foro en el que tienen cabida todas las actividades relacionadas con el desarrollo de este turismo.

**Intur** es sinónimo de turismo de interior de calidad, una feria en la que desarrollan su labor tanto profesionales del sector privado como organismos públicos implicados en el desarrollo del turismo de interior nacional e internacional.

Entre las actividades que se dirigen exclusivamente a los profesionales destacan las jornadas de **Intur Negocios**, que tendrán lugar los días 22 y 23 de noviembre y en las que se concentra buena parte del trabajo realizado por expositores y compradores nacionales e internaciona-

les. En la pasada edición se celebraron alrededor de 2.500 entrevistas de trabajo entre las 136 empresas que presentaban su oferta y los 1.064 compradores acreditados.

Esta iniciativa, que en 2007 alcanza su sexta edición, está organizada por la Feria de Valladolid en colaboración con la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León. En la pasada edición la procedencia de los compradores participantes en **Intur Negocios** abarcó países como Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Holanda, Italia, Portugal, Francia, Brasil, Canadá, Argentina, Japón, Polonia, Dinamarca, Gran Bretaña, etc. ●



## TURISPORT 2007

\* Se celebrará del 18 al 21 de octubre en el recinto Feira Internacional de Galicia

\* La oferta turística ligada a la España verde y al norte de Portugal, en sus modalidades rural, gastronómica, activa, cultura y de vinos, centran las principales propuestas de esta 16ª edición

El recinto Feira Internacional de Galicia acogerá del 18 al 21 de octubre el XVI Salón de Turismo, Deportes y Desarrollo Rural, **Turisport 2007**, un certamen pionero en la Península Ibérica en la promoción del turismo verde.

**Turisport 2007** presenta en esta convocatoria los Encuentros Internacionales de Negocio y celebrará el III Concurso de Cocina sobre Despensa Tradicional, en la que establecimientos de turismo rural de toda Galicia compiten en la elaboración de platos de cocina autóctona. ●

### AL CIERRE

## Vive las Verduras I Congreso Internacional

En el Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona ha tenido lugar el I Congreso de "Vive las Verduras" durante los días 21, 22 y 23 de mayo. Con la participación de 37 cocineros, nacionales e internacionales, de 10 países: Japón, Brasil, EE.UU. Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Holanda y Portugal; con la participación española de Ferran Adriá, Martín Berasategui, Quique Dacosta y Enrique Martínez entre otros.

Fue un punto de encuentro entre la gastronomía, la ciencia y la tecnología del sector agroalimentario, ha sido una iniciativa pionera y única para convertir la verdura internacionalmente.

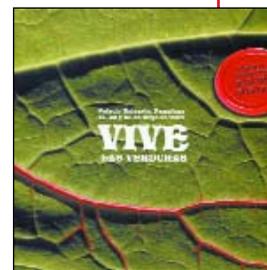
En el mencionado Congreso se desarrollaron las ponencias sobre Gastronomía y Arquitectura, con las intervenciones de Kengo Kuma o Peter Eisenman, principales figuras de dicho mundo.

Hubo concursos, recetarios, clases de

cocina, degustaciones, comidas.

Se ofreció una gran ensalada para mil personas, elaborada por Berasategui y nueve chefs navarros. Y más tarde se confeccionó unas migas de pastor para 500 personas.

El este I Congreso Internacional Vive las Verduras clausuro con una gran asistencia de público y éxito. ●



## AVIS

## Primavera en europa con Avis desde 18 euros

Avis esta primavera lanzó una oferta para todos los dientes que decidieran viajar a Europa, Estados Unidos ó Canadá. Los clientes de Avis tuvieron durante un mes y hasta el día el 16 de mayo- para hacer sus reservas, y disfrutar hasta el 30 de Junio. La excepcional oferta de alquilar un coche por 18 diarios por un periodo de siete días o más.

Con esta promoción, Oferta de Primavera, Avis ofreció todos sus servicios y la mejor calidad a un precio inmejorable. Destinos como Roma (18 €), Lisboa (19 €), Ámsterdam (23 €) o París (25 €) son sólo algunas de las capitales de una lista de más de 100 ciudades que participan en esta oferta. Además, todos los destinos dentro de Canadá tendrán un 15% y un 10% en Estados Unidos. ●

### Agenda

<p><b>GTM 2007</b> Germany Travel Mart 13/15 de Mayo 2007 Berlín</p>	<p><b>EUROCOTAL 2007</b> II Feria de Turismo, Arte Cultural de América Latina en España 7/10 Junio 2007 Palacio Congresos de la Costa del Sol (Málaga)</p>
<p><b>EXPOMEETING</b> Salón Ibérico del Turismo de Negocio 31 mayo/ 1 Junio 2007 Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Málaga)</p>	<p><b>Feria Internacional de Turismo Cultural</b> 20/23 de Septiembre 2007 Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Málaga)</p>
<p><b>SERCOPAL 2007</b> Feria de Turismo de Latinoamérica en Europa 7/10 Junio 2007 Palacio Congresos de la Costa del Sol (Málaga)</p>	<p><b>TURISPORT 2007</b> XVI Salón de Turismo, deporte y Desarrollo Rural 18/21 de Octubre 2007 Sillera (Pontevedra)</p>



## HILTON VALENCIA abrió sus puertas

*\* Ocupa el rascacielos más alto de Valencia, en la nueva zona de expansión de la ciudad, frente al Palacio de Congresos*

**E**l Hilton Valencia, el nuevo gran hotel internacional de la capital valenciana, que supone la apuesta de uno de los principales grupos hoteleros del mundo por esta ciudad como destino de turismo de negocios, congresos y reuniones. Es el tercer hotel en España del grupo, dentro de su política de expansión en nuestro país.

El Hilton Valencia es sobre todo un hotel pensado para el confort y con servicios exclusivos y funcionales. Con 304 habitaciones, de las que 35 son suites, cuenta con todas las instalaciones y servicios propios de un gran cinco estrellas internacional, especialmente diseñado para reuniones y viajeros de negocio. El hotel dispone de dos restaurantes de alta gama (Bice y Azahar) y un snack bar en el lobby, (el Podium) amplias instalaciones para reuniones, gimnasio y un moderno spa, entre otras instalaciones. Todas las habitaciones estarán dotadas con la más alta tecnología, además de los servicios hoteleros tradicio-

nales y acceso de alta velocidad a internet.

Cuenta con 10 habitaciones "Relaxation Rooms", un nuevo concepto de habitación especialmente creado por diseñadores y ergónomos para Hilton que tienen como objetivo facilitar el descanso de los huéspedes que viajan por trabajo.

También dispone de varias plantas destinadas exclusivamente a la categoría *Ejecutiva* (a partir de la planta 26). Se trata de habitaciones ejecutivas, con un espacio exclusivo llamado *Executive Lounge*, situado en la planta 26, en el que se ofrece el servicio check-in y check-out y donde se sirven los desayunos así como snacks y bebidas durante todo el día. Las plantas 28 y 29 están ocupadas por dos espectaculares suites presidenciales, una por planta, con unas impresionantes vistas panorámicas de la ciudad.

Especialmente interesantes resultan los equipamientos para reuniones, con



16 salas *Hilton Meetings*, con diferentes tamaños, que ofrecen espacios específicos para grupos de 0 a 50 y un salón para 800 personas, el más grande de la ciudad. El salón se complementa con otra gran sala de las mismas dimensiones para organizar comidas, cócteles y presentaciones. °



*Quiere integrar 20 establecimientos independientes en España a medio plazo*

## Mantiene contacto con casi cien hoteles para su integración en la marca

*\* Son de gama media y alta y la mayor parte se encuentran en Cataluña, el centro de la Península y Andalucía*

**B**est Western está desarrollando una intensa Estrategia de Expansión en toda España cuyo objetivo es incorporar unos 20 establecimientos independientes a medio plazo. Mantiene actualmente conversaciones con cerca de cien hoteleros independientes que están intere-

sados en formar parte de la Marca, conservando plenamente la independencia en la gestión de su negocio.

**Best Western**, que cuenta en España con 26 hoteles, tiene como objetivo alcanzar 40 establecimientos a corto plazo y 50 a medio, en unos 30 destinos locales. °

## keytel

## Incorpora 87 hoteles

**E**n el transcurso de los primeros cuatro meses de 2007, **Keytel** ha incorporado un total de 87 establecimientos a su red nacional e internacional, ampliando su cartera de hoteles representados, hasta rozar los 1.400 establecimientos.

Un total de 37 establecimientos de nueva incorporación a la cartera del representante, se encuentran en España, 42 están situados en Europa, y el resto están repartidos entre los continentes americano, asiático y africano. °



## Ofrece 15% de comisión a las Agencias de Viajes

**R**afaelhoteles, la cadena hotelera continúa apostando por la colaboración con las agencias de viaje minoristas.

En este 2007, y a contracorriente de la tendencia general del sector, la comisión para éstas permanecerá inalterable en un 15%, un porcentaje altamente competitivo y favorecedor para las agencias de viaje que ven peligrar su labor en los últimos tiempos debido al fuerte incremento del uso de las webs por parte de clientes particulares. °



### Nuevo hotel en Madrid: Ibis Madrid Barajas Aeropuerto

*\* Primer hotel económico en la zona del aeropuerto*

**E**l hotel Ibis Madrid Barajas Aeropuerto, séptimo establecimiento de la marca Ibis en Madrid y situado estratégicamente en Barajas (Avenida General).

Este establecimiento cuenta con 168 habitaciones "coquelicot". Perfectamente insonorizadas y con cama de amplias dimensiones, aire acondicionado, baño completo, teléfono directo al exterior, TV LCD con Canal +, canales nacionales e internacionales, conexión para PC/ Módem y Wi-Fi. °



### Lanza su nueva Guía de hoteles: toda una invitación a viajar

**N**ovotel acaba de publicar su nueva *Guía de hoteles*, donde adeptos al viaje podrán descubrir sus 400 hoteles y resorts 4 estrellas, en 58 países y en 5 continentes. Esta guía presenta el conjunto de destinos en el mundo donde alojarse y beneficiarse del nivel de confort, bienestar y calidad de servicios Novotel. °



## BREVES

### ESTANCIAS DE ESPAÑA

#### Cortijo El Sotillo nueva incorporación

**E**l hotel Cortijo El Sotillo se ha incorporado a la red de hoteles históricos de Estancias de España. Se trata de un edificio del siglo XVIII que constituye hoy uno de los ejemplos más emblemáticos de la arquitectura popular del Parque Natural de Cabo de Gata - Níjar.

Con categoría de cuatro estrellas, dispone de veinte amplias habitaciones con terraza propia abierta al paisaje del Parque Natural y piscina climatizada.

El establecimiento ha sido rehabilitado aprovechando en este proceso las antiguas caballerizas, donde se organizan clases de equitación y salidas en ruta por los bellos parajes semiáridos de la zona. °



### GRUPO RICE

#### Abrirá un complejo de apartamentos de lujo en Burgos

**G**ruPO Rice, empresa de hostelería con más de 50 años de tradición en Burgos, formada por dos emblemáticos establecimientos que se han convertido en un referente para los visitantes de esta hermosa urbe (el Hotel Rice\*\*\*\* y el Hotel María Luisa\*\*\*), dos afamados Restaurantes (Rice y Puerta Real) y el Catering Rice, abrirá a finales de año un nuevo complejo de ocho apartamentos de lujo en pleno centro de la ciudad. Construidos a partir de un edificio del siglo XVI, conocido como la Casa del Pescador, los dúplex han sido diseñados para ofrecer a sus huéspedes una estancia plena de privacidad y están perfectamente equipados con todos los servicios, comodidades y últimas tecnologías para acoger, tanto a clientes vacacionales, como de empresa. °



### HOTEL CÁNDIDO

#### Un estilo clásico renovado para un alojamiento con firma

**E**n la turística ciudad de Segovia, abre sus puertas el Hotel Cándido, (C/Gerardo Diego. 40006 Segovia. Telf. 921413972) un cuatro estrellas dotado de los más completos servicios.

Con 107 habitaciones, 10 de ellas tipo suites, tres adaptadas para personas con minusvalía, una suite nupcial y también

habitaciones familiares. Las diferentes estancias están dotadas de las últimas comodidades: insonorización, camas king size, carta de almohadas, TV vía satélite, minibar, cobertura WIFI y room service.

En el restaurante, la misma excelencia gastronómica que siempre ha caracterizado a la casa matriz, el Mesón Cándido. °

BREVES

AMURA HOTELES

El hotel Amura Azuqueca abre sus puertas al público

Amura Hoteles, cadena española que se encuentra en pleno proceso de expansión, acaba de abrir al público un nuevo hotel con categoría de tres estrellas superior ubicado en Azuqueca de Henares (Guadalajara) que, continuando con la línea de su primer establecimiento, el Hotel Amura Alcobendas, un cuatro estrellas situado en Madrid, está especializado en el cliente de empresa y apuesta, también, por la calidad integral a base de la incorporación de tecnología punta.

El Hotel dispone de 97 habitaciones, entre dobles, dobles con salón y habitaciones para no fumadores.

Sus salones de reuniones están perfectamente acondicionados y dotados de los últimos adelantos técnicos para albergar eventos empresariales. °

AC HOTELS

Un nuevo hotel con encanto en el centro de Madrid

AC Hotels refuerza su presencia en el corazón de Madrid con un nuevo hotel con encanto, en la calle Recoletos, en un edificio del siglo XIX, donde conviven la elegancia clásica y el diseño moderno.

El hotel lleva el sello Selection, la marca más exquisita de AC Hotels.

AC Recoletos, de cuatro estrellas, cuenta con 63 habitaciones, una de las cuales es Suite. Todas ellas han sido concebidas conforme a estándares de máximo confort y bienestar; con prestaciones funcionales. °

GLOBALIA

Acomete en solitario el proyecto Pepe Room y amplía su línea de negocio

Los hoteles de bajo coste "Peperoom" se construirán y gestionarán exclusivamente por el grupo Globalia después de que esta compañía haya declinado ratificar el preacuerdo que mantenía con la empresa HOR (Hotel Ocio y Restauración) para acometer el proyecto al 50 por ciento. Javier Hidalgo, director general de Globalia y fundador del grupo de negocios Pepe, queda por tanto, a partir de ahora, al frente del proyecto en solitario. °

GRAN MELIÁ FÉNIX

Disfrute del nuevo Brunch, "The First Meal"

Los domingos y festivos se puede disfrutar de la nueva apuesta gastronómica del hotel Gran Meliá Fénix denominada "The First Meal". Desde las 13.30 hasta las 16.00 h. este establecimiento madrileño de cinco estrellas ofrece las mejores delicias culinarias elaboradas para enlazar el desayuno tardío y la hora del almuerzo en una sola comida. °



Invertirá 8 millones de euros en la remodelación del Parador de Antequera

Paradores de Turismo, invertirá ocho millones de euros en la remodelación integral del Parador de Antequera.

De los 8 millones de euros presupuestados en el proyecto, 6,5 se destinarán a las obras y 1,5 se invertirán en la redacción del proyecto. La reforma se realizará en una sola fase y tendrá una duración aproximada de 13 meses.

Entre las novedades que presentará el Parador tras su reforma será que alguna de las habitaciones, pasarán a ser comunicadas para mejorar la oferta destinada al segmento de familia. También contará con cuatro nuevas suites con terraza, una nueva planta destinada a reuniones empresariales, dotada de cinco salas



Vista hacia la Vega desde el Parador

modulables situadas al nivel del jardín y que unidas permitirán encuentros de hasta 500 personas. °



Compra del hotel Las Vegas (Málaga)

La cadena Jale-Monasterio, primera cadena hotelera andaluza, ha invertido en la adquisición del Hotel Las Vegas, en Málaga capital, un total de 28 millones de euros. Esta adquisición supone el desembarco del grupo hotelero en la capital de la Costa del Sol y responde al plan estratégico de expansión por la costa oriental de Andalucía.

El hotel, situado en pleno Paseo Marítimo de Málaga dispone de 106 habitaciones (5 de ellas suites) y se encuentra a un paseo del casco histórico. Con un total de seis plantas, el edificio fue renovado en 2001. El restaurante, con vistas al mar, cuenta con una atractiva oferta de cocina mediterránea así como internacional. °



Incorpora su cuarto hotel en Cádiz

Barceló Hotels & Resorts ha firmado un acuerdo con el grupo Inmocaral para incorporar, con fecha junio de 2007 y bajo régimen de alquiler, el que será su cuarto hotel en la provincia de Cádiz: el Barceló Sancti Petri. Tras la adquisición en 2005 del prestigioso Barceló Montecastillo, la cadena ha vuelto a apostar por el lujo gaditano con este nuevo hotel de 5 estrellas y 198 habitaciones, que disfruta de una magnífica ubicación en primera línea de playa de La Barrosa, en la urbanización de Sancti Petri. °



Los gastos de las reservas por Internet son los más bajos del mercado

Best Western ha logrado el coste más bajo del mercado para sus reservas por Internet, gracias a una intensa estrategia de posicionamiento virtual llevada a cabo en los últimos años en todo el mundo. Una magnífica noticia para los hoteles independientes integrados en la Cadena, espe-

cialmente teniendo en cuenta que Internet es el canal de reservas que más está creciendo. El coste medio de las reservas globales de Best Western también se sitúa en un nivel enormemente competitivo, con un 4,75 por ciento del valor neto de la reserva. °



**SOFITEL**  
ACCOR HOTELS & RESORTS

## Nueva página de acogida para Sofitel.com

**S**ofitel cuenta a partir de ahora con una nueva página de acogida en su web [www.sofitel.com](http://www.sofitel.com), uno de los primeros signos de la nueva dinámica de la marca y de su nuevo posicionamiento.

Esta renovación de su web se traduce en una mayor eficacia en la búsqueda y reserva de un hotel en todo el mundo proponiendo además nuevas ofertas promocionales y temáticas. °



## Apertura de la terraza y el jardín

**C**omo todos los años, con la llegada del buen tiempo se han inaugurado *La Terraza y el Jardín* del Hotel Ritz de Madrid.

El Restaurante Goya del establecimiento tiene ahora su prolongación en *La Terraza* donde la cocina que tan magistralmente trabaja el Chef Jorge González presentará sus mejores platos en este extraordinario escenario.

En *La Terraza* se podrá disfrutar de desayuno, almuerzo y cena y asistir también a la celebración de los eventos del programa "*Momentos de Placer*", como "Quincena Gastronómica del Atún y el Bonito" (del 18 al 30 de junio), la cena de Maridaje de la Noche de San Juan (23 de junio). °



## HOTEL PARTNER COMENDADOR Abre sus puertas



**P**artner Hotels, ha abierto las puertas del Hotel Partner Comendador, un cuatro

estrellas de 44 habitaciones ubicado en la localidad toledana de Carranque, a escasos kilómetros de Madrid, que permitirá cumplir su principal objetivo de crecer con hoteles de calidad, donde el servicio profesional y la atención personalizada se convierte en su verdadera razón de ser.



Cabe destacar su exclusivo *Spa-Balneario Domus Aurea*, así como su salón panelable con capacidad para 800 personas, para la celebración de todo tipo de eventos sociales y empresariales con las máximas garantías de éxito. °

## SUN INTERNATIONAL

### Presenta su nuevo proyecto turístico de lujo en Egipto

**L**a cadena hotelera Sun International ha presentado su nuevo complejo turístico y residencial *Port Ghalib Red Sea Egypt*, que se inaugurará a finales de 2007 en Marsa Alam, Egipto. Se trata del primer complejo turístico internacional en la costa sur del Mar Rojo, cuyo principal promotor es el grupo kuwaití Kharafi, y que se ha lanzado ya en otros países europeos. Dispone del mayor puerto privado de Oriente Medio, además de un Centro de Convenciones, un Club Náutico, un campo de Golf de 18 hoyos, instalaciones de ocio y zona comercial. Todo ello, a siete minutos del aeropuerto internacional de Marsa Alam.

Rodeado de naturaleza, el **Sun International Sahara Sun Resort** de Port Ghalib tiene unas espectaculares vistas al Mar Rojo y al lago que integra su recorrido. Su oferta de alojamiento está formada por tres hoteles de categoría 5\* estrellas: el Gran Lujo *The Palace*, futuro miembro de "The Leading Hotels of the World", con 309 habitaciones y 13 suites de lujo, al estilo arquitectónico del Antiguo Egipto; el *Desert Sands*, de 347 habitaciones y 6 suites dobles decorado con tonalidades del desierto (blancos, amarillos y ocres) y el hotel *Desert Oasis*, que suma un total de 300 habitaciones y 6 suites, e integra motivos típicamente egipcios como arcos, mosaicos y alfombra. °



## Paga al Estado un dividendo del 20% de su beneficio neto

**E**l Consejo de Administración de Paradores, destinará a pago de dividendos el 20% del beneficio neto de la compañía durante el ejercicio 2006. De esta forma, el único accionista de Paradores, Patrimonio del Estado, recibirá un total de 4,49 millones de €. Esta es la segunda entrega de dividendos en la historia de la compañía, que desde 1991 está configurada como sociedad anónima de capital íntegramente público, tras la efectuada hace dos ejercicios.

El resto del beneficio obtenido por Paradores se reparte en un 10% para reservas obligatorias y el 70% restante a reservas voluntarias, que a su vez permitirán alcanzar los planes de expansión y mejora incluidos en el plan estratégico de la compañía, que tiene prevista una inversión de 246 millones de € hasta final de 2008. °