

TAT

ha realizado las siguientes preguntas a los directores de las Oficinas de Turismo Extranjeras en España y, han respondido así:

1. ¿Qué cree que ofrece su país en particular al viajero español?
2. ¿Cuáles serían los lugares de su país de mayor interés para éste?
3. ¿Cuántos españoles les han visitado en el pasado año 2008?
4. ¿Qué perspectivas tienen de cara al futuro relativas al mercado español?
5. ¿En qué medida han percibido una reducción del turismo debido a la actual crisis?
6. ¿Qué conexiones aéreas y terrestres hay entre su país y España?
¿Le parecen adecuadas y suficientes?
7. ¿Qué papel juegan las agencias de viajes en relación con su Oficina?
8. ¿Cuáles son los Turoperadores que ofrecen su país?
9. ¿Cómo es el viajero español?
10. ¿Tiene alguna otra consideración que quiera transmitir a través de estas páginas?

Alemania
Destino turístico



1 Alemania como destino turístico ofrece ciudades con una amplia oferta cultural y de ocio, unos paisajes espectaculares y una gastronomía rica y variada. Todo ello unido a una excelente relación calidad-precio y a unas infraestructuras y un servicio al cliente sobresalientes

Alemania no solamente ofrece ciudades llenas de vida, sino también amplias ofertas de turismo activo junto a unos paisajes espectaculares: viajes en familia, pernотaciones en granjas, turismo rural etc. Por otra parte, tradicionalmente Alemania tiene un gran producto de Spa (bienestar), mercadillos navideños, eventos culturales...

Además celebramos cada año eventos importantes y aniversarios inolvidables como en 2009 el 20º aniversario de la caída del Muro. Berlín, como nuestro destino número uno acaba de ser galardonado con el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia, un reconocimiento muy importante.



Harald Henning
director de la Oficina de Alemania

2 El viajero español está especialmente atraído por las ciudades alemanas. Más del 60% de las pernотaciones se realizan en las grandes ciudades, destacando Berlín, Munich, Francfort, Colonia, Hamburgo, Stuttgart y Dusseldorf.

También los viajes a destinos románticos como los castillos de Luis II o a los ríos Rin y Mosela son cada vez más demandados.

3 En 2008 registramos 1.842.526 pernотaciones desde España, un leve aumento de 0,5% con respecto a 2007.

4 España está especialmente afectada desde finales del 2008 por la crisis económica mundial. Alemania como destino turístico de los españoles ha experimentado en los últimos 10 años un crecimiento espectacular del 140% frente a otros países europeos. Nuestra intención es mantener este crecimiento y sobrepasar a medio plazo la frontera de los 2 millones de pernотaciones de españoles en Alemania.

5 Acumulado de enero a abril de 2009 la reducción del turismo a nivel internacional (pernотaciones desde el extranjero en Alemania) es de un 7%. Desde España que está especialmente afectada por la crisis registramos una caída del 12% en las pernотaciones acumuladas hasta abril.

6 El avión es el medio de transporte más usado por el turista español hacia Alemania. Tradicionalmente, debido a la gran demanda del turismo alemán hacia España y de las estrechas relaciones económicas y empresariales, la oferta de vuelos entre los dos países es muy amplia. Líneas aéreas como Lufthansa, Air Berlin, Germanwings, Spanair, Iberia, Ryan Air, Easyjet etc. conectan Alemania y España. Hay vuelos directos a Munich, Francfort, Berlín, Dusseldorf, Hamburgo, Stuttgart, Colonia e incluso hay vuelos hacia regiones menos conocidas pero igual de bonitas como Sajonia o la costa alemana.

7 Realizamos campañas para promocionar nuestros productos con los principales touroperadores y grupos turísticos del país, así como para optimizar la distribución de sus ofertas a Alemania a través de sus cadenas de venta minoristas. También organizamos Roadshows con nuestros partners alemanes para agentes de viajes con el fin de hacer llegar la amplia oferta turística de Alemania al sector. Además, organizamos cada año viajes de estudio de producto bajo nuestros temas de marketing para dar a conocer Alemania in situ a los agentes de viaje.

8 Desde hace 5 años monitorizamos el aumento de las ofertas de viajes a Alemania de 70 Touroperadores españoles emisores. Para 2010 deseamos aumentar el número de ofertas vacacionales a Alemania de los Touroperadores españoles emisores un 2% más en referencia al aumento del año pasado.

9 El español viaja en su gran mayoría a Alemania en avión (aprox. 80%), un poco más de 50% son viajes de ocio, un 42 viajes de negocio. El resto visita a familiares y amigos. La estancia media es de 5,3 noches y el alojamiento preferido es el hotel. En un viaje a Alemania el turista español se gasta de media unos 900€ que son aprox. 170€ al día.

10 Hemos creado una Web con ofertas especiales para todos los bolsillos. Alemania da más por menos. Podéis descubrirlo en www.alemania-turismo.com/specialoffers



Katherine Droga Kopie
directora de la Oficina de Australia

oportunidad de ponerse a prueba en entornos fascinantes. En Australia se pueden vivir unos siete viajes diferentes, o elegir entrelazarlos entre sí: experimentar la Australia aborigen, la Australia natural, la urbana, con sus impresionantes ciudades; el centro rojo conocido como 'Outback'; el sensual ambiente de la costa, los viajes por libre, y la Australia gastronómica, disfrutando del vino y los productos de cada región. Además, cualquier época del año es buena para visitar Australia.

2 Con una extensión de 7.682.300 km², Australia es la isla más grande del mundo, una tierra de contrastes realmente sorprendentes y de experiencias inolvidables: el país cuenta con 17 lugares Patrimonio de la Humanidad, y en pocas horas se puede pasar del desierto del interior a una selva tropical de 135 millones de años en Daintree Rainforest o a las largas y blancas playas de la costa Este.

Hay una Australia para todos los gustos, aunque hemos registrado que el español a la hora de planificar su viaje prefiere un combinado en el que se visiten las principales ciudades –Sídney, Melbourne–, alguno de los 60 parques naturales y reservas del Territorio del Norte, como el célebre Parque Nacional de Uluru-Kata Tjuta (donde se encuentra el mayor monolito del mundo, Ayers Rock), además de la Gran Barrera de Coral. Este parque marino es el mayor del mundo y ha sido seleccionado finalista para convertirse en una de las Nuevas Siete Maravillas del Mundo.

3 Unos 25.800 españoles visitaron Australia el año pasado –de un total de 5,16 millones de turistas extranjeros–, lo que significa un aumento de un 29% si lo comparamos con el 2007. Además del creciente interés por Australia, el repunte estuvo propiciado por los 4.000 peregrinos españoles que participaron en la Jornada Mundial de la Juventud organizada por la Iglesia Católica en Sídney en julio de 2008.

4 Para Tourism Australia, España es un mercado con mucho potencial que ha protagonizado un crecimiento rápido y que

ofrece interesantes oportunidades de desarrollo. De ahí que haya iniciado una nueva etapa de acercamiento, con la que se pretende captar a los viajeros españoles que estén planificando su próxima aventura y aún no conozcan Australia. Entre otras medidas, se está reforzando la red de agentes de viaje especialistas en Australia de toda España publicada en www.australia.com, para que los viajeros diseñen su viaje ideal a Australia de la mano de un profesional con amplios conocimientos del país.

5 Durante el 2009 se ha previsto una reducción de turistas europeos del 4,1% con motivo de la coyuntura internacional. Las perspectivas apuntan a que en 2010 se corrija esta tendencia y se registre un crecimiento estimado del 5,3%.

6 Los turistas españoles cuentan con buenas conexiones aéreas para llegar a Australia. Diferentes aerolíneas ofrecen vuelos regulares vía Londres, París o Frankfurt, como pueden ser Singapore Airlines, British Airways, Thai Airways, Air New Zealand, Malaysia Airlines, Emirates o Cathay Pacific. La compañía Iberia anunció el pasado junio vuelos diarios a Sídney en colaboración con la compañía Qantas.

7 Tourism Australia considera muy valiosa la colaboración del trade, y en especial de los Agentes de Viajes, a quienes está dirigido el nuevo Programa de especialización Aussie Specialist en español.

El programa certifica a los agentes para comercializar mejor el destino, y éstos benefician de herramientas de información y actualizaciones de noticias, eventos de formación y fam trips a Australia. Los agentes interesados han de inscribirse en www.specialist.australia.com para empezar a explorar los múltiples aspectos de Australia.

8 Australia es un destino que aparece en los folletos de Tourmundial-Viajes ECI, Catai, Ambassador Tours, Southern Cross, Kuoni, Kirunna, Splendid Travel, Nobeltours, Dimensiones, Traveldays, Transtrutas, Racc, Terres de somriures, Excellence Tours, Nuba, ICU, Tandem, Bru & Bru, Sol Plan buceo, Club Marco Polo, Nueva Zelanda viajes Australia alternativa, Viatges Touareg y Club América Asia África.

9 Según la tendencia observada el año pasado, al viajero español le gusta disfrutar de unas vacaciones largas, de una media de 40 días, muy por encima de los 32 días de promedio del global de turistas extranjeros. No le gusta andar justo con el dinero, con un gasto medio por persona de unos 6.302 AUD (alrededor de 3.600€) en cada viaje; y prefiere moverse por el país antes que centrarse en una única zona. El año pasado, el español dedicó un 37% del viaje a otros territorios y estados fuera de las principales ciudades (Sídney, Brisbane, Melbourne o Perth). Esta media también supera el 33% de la media general.



Tourism Australia

1 Australia es un país especialmente atractivo para aquellos viajeros "buscadores de experiencias", a los que la distancia, el tiempo o el coste no les supone una barrera a la hora de viajar. Lo que les mueve a Australia es la actitud desenfadada de sus gentes, los valores multiculturales y por supuesto, la

10 Queremos transmitir la filosofía de Australia al viajero español, al “buscador de experiencias”. Australia es un país grande, bello, que eleva el espíritu y te abraza como si de un antiguo amigo se tratara, diciéndote “ven, tengo mucho que enseñarte”. Nuestra web Australia.com, de la que pronto se lanzará una versión en español, saciará la curiosidad y podrá convertirse en el preámbulo de un viaje único



1 Austria ofrece una oferta cultural insólita en combinación con una naturaleza intacta y muy conservada. El Viajero español aprecia mucho la variada oferta cultural que se extiende desde Bregenz hasta el Neusiedlersee, y además se mantiene durante todos los días del año.

2 Los lugares de interés de Austria para el viajero español son: Viena, la capital de Austria, Salzburgo, la cuna de Mozart, Innsbruck, la capital del Tirol a pie de los Alpes, Graz la segunda ciudad más importante de Austria, Linz, capital cultural europea 2009, y luego rutas como por ejemplo: la Ruta Romántica Austríaca, la ruta en bicicleta por el Danubio, las rutas por la cámara de la sal, rutas alpinas por el Tirol y Salzburgo.

3 En el 2008 han visitado unos 283.271 Españoles Austria, lo que son en total: 710.340 pernотaciones en Austria. 2008 visitaron un 4,7 % más Españoles como turistas Austria.

4 Debido a la situación actual (crisis mundial) se preve un descenso, no obstante destinos austriacos como Linz o Salzburgo demuestran ligeros aumentos de visitas españoles.



Werner Fritz
director de la Oficina de Austria

5 Actualmente contamos con un 20,4% menos de españoles desde Enero. Independiente de esto, seguimos ejecutando todas las acciones de marketing, y no prevemos de cortar las actividades de marketing dirigidas hacia el público final ni publico profesional.

6 Barcelona esta algo mejor conectada con Viena que el resto de España. Austrian Airlines vuela dos veces diariamente desde Barcelona a Viena y Skyeurope diariamente. Además hay algunas conexiones de compañías low Cost que vuelan desde Girona a Linz y Graz. Air Berlin conecta Austria desde 15 ciudades españolas vía Palma, y desde Madrid vuela Iberia dos veces al día a Viena. Después de Viena, Munich es el gateway más importante, por lo tanto las conexiones de Lufthansa desde España a Munich sirven para poder llegar a la parte Alpina de Austria. Lo mismo ocurre con Swiss, que conectan España desde varios puntos vía Zurich con Austria.

7 Las agencias de viajes especialistas en el destino de Austria, siguen siendo un soporte y canal de venta importante. Intentamos de coordinar actividades de marketing con las agencias de viajes especialistas en Austria, como por ejemplo formaciones de personal sobre el destino, Fam trips, ferias para profesionales, marketing, presentaciones de destino...

8 Tourmundial, Condor Vacaciones, Exit-Tours, Catai, Travelplan, Iberojet, Terranova Tours, Politours, Ambassador Tours, Aviotel, Eurovacacnes, Natura, Sol Tour, Nobel Tours, Panavision, Mapa Tours.

9 El viajero español se informa temprano sobre varios destinos, pero se decide a ultima hora. El perfil clásico es de clase mediana hasta alta, con una formación académica o escuela superior, suele ser un viajero experimentado, viaja en familia o pequeños grupos de amigos, demuestra tendencia de combinar el interés cultural con la estancia en la naturaleza, se informa bien sobre el destino elegido, viaja en la época de verano, Navidad, y según mes en Semana Santa; busca alojamiento en las categorías medianas-altas, le gusta la gastronomía esmerada y regional, aprecia apoyo lingüístico o información en castellano. Además el viajero español suele ser un gran consumidor local, quiere decir intenta gastar en souvenirs, ropa-moda, gastronomía y cultura.

10 Agradecemos las colaboraciones con los profesionales y estamos a su disposición.



1 La experiencia del “Mediterráneo tal como era”, es nuestro slogan. Es un país ‘exótico’ en Europa, variedad de paisajes y culturas con siete lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, cercanía, hospitalidad de sus gentes, excelente relación calidad-precio, seguridad, gastronomía, por sus pueblos y ciudades medievales, por su agradable clima.

2 Posee una gran herencia cultural por todo su territorio, además del patrimonio natural (8 parques nacionales y 11 parques naturales), casi 6.000 kilómetros costa (incluyendo islas), unas 1.244 islas e islotes. Por lo que la ruta del viaje estará en función del interés del viajero. Croacia ofrece un amplio abanico de posibilidades que permitirán encontrar la mejor opción para cada viajero.

3 En el año 2008 se registraron un total de 338.982 pernотaciones de ciudadanos españoles, lo que supone un incremento del 13% comparado con las cifras del año 2007.

4 Croacia es un mercado en auge, que con el incremento del conocimiento de su oferta turística y las buenas experiencias de los viajeros que han visitado el país, atrae cada vez más el interés, por lo que pensamos que las perspectivas son positivas. Esto coincide a la vez con una oferta cada vez más amplia por parte de los tour operadores que incluyen Croacia en su programación y de las líneas aéreas, que incrementan año tras año su apuesta por Croacia con vuelos directas que conecten España y Croacia, siendo el objetivo que estas rutas extiendan su periodo operativo e incluso se mantengan operativas todo el año.

5 Es un año complicado a todos los niveles, incluyendo el sector turístico, por lo que esperaremos hasta el final de la principal temporada estival para poder aportar datos fidedignos a este respecto.

6 La operativa aérea de vuelos directos entre España y Croacia es cada vez mayor; Vueling opera la ruta Barcelona-Dubrovnik mientras que Croacia Airlines vuela desde la ciudad condal a Zagreb. Desde Madrid es Iberia quien ofrece los vuelos a Dubrovnik y Zagreb e Iberia Regional / Air Nostrum ha lanzado este año la ruta Valencia-Dubrovnik. Si analizamos esta oferta podemos decir que en el año 2009 se ha producido un gran avance que esperamos se consolide y nos permita hablar de vuelos directos permanentes entre España y Croacia en un futuro previsible. Cabe además resaltar que en el año 2006 no existían vuelos directos entre ambos países, siendo Clickair quien en 2007 apostara por la ruta Barcelona-Dubrovnik, que se afianzó



en el 2008; Iberia por su parte comenzó a volar desde Madrid a Dubrovnik en el 2008 ampliando su operativa a Zagreb este año. Aunque de momento las rutas sean solo de temporada, esperamos que las compañías aéreas puedan ampliar el periodo de operaciones e incluso mantengan algunas como rutas permanentes.

7 Las agencias de viajes juegan un papel primordial en nuestra estrategia de promoción ya que son, en último término, las que a raíz de su conocimiento del país y de su capacidad de venta, hacen posible que Croacia sea un destino atractivo y cada vez más solicitado por los españoles. Es por eso que desde la oficina ponemos a disposición de las agencias de viajes toda la colaboración posible y desarrollamos herramientas como nuestro curso de formación online "Experto en Croacia" para que adquieran un conocimiento más sólido del destino.

8 En nuestra página web www.visitacroacia.es existe un listado que reúne a tour operadores y agencias de viajes especializadas que ofrecen Croacia en su programación. Desde la Oficina de Turismo no podemos sino agradecer el interés que Croacia despierta en el sector.

9 No hay un perfil determinado de viajero a Croacia, ya que la oferta turística es muy amplia. Si hubiera que resaltar un denominador común sería, el de personas con curiosidad de conocer a otro país, parques, gastronomía, y un largo etc. A la vez indicar, que el viajero español es muy bien recibido en Croacia que a su vez contribuye a la buena experiencia del viaje.

10 Queremos agradecer al sector turístico español (tour operadores, compañías aéreas, agencias de viajes...) su apoyo a Croacia como destino y la atención y el tiempo que muchos agentes de viajes han dedicado a conocer mejor el país a través del curso de formación online que hemos lanzado este año.

También queremos dar las gracias a los medios de comunicación, que nos proporcionan una cobertura cada vez mayor y que este año nos han dedicado algunas de sus portadas y de sus espacios audiovisuales.



1 Egipto ofrece muchos tipos de viajes al turista español, como pueden ser el turismo cultural, sol y playa, de buceo, deportes subacuáticos, desierto y aventuras, entre otros.

La verdad es que Egipto es un conjunto de destinos turísticos que se puede disfrutar cada vez como un destino nuevo.

2 Siempre el ciudadano español opta por el turismo cultural y particularmente esta interesado por la cultura faraónica, y por ello va buscando visitar las pirámides de Giza, el Museo Egipcio, Menfis y Sakkara, el Bazar de Khan El Khalili, el barrio Copto..., todo ello en El Cairo.

También están interesados en realizar un crucero por el Nilo, el cual discurre por Luxor, en donde podrán ver el Valle de los Reyes, los Templos de la Reina Hatshepsut, de Luxor y de Karnak, entre otros monumentos, después subiendo por el Nilo visitando las ciudades de Edfu y Kom Ombo, Templo de Horus y Templo de Shobek respectivamente. Prosiguiendo el río se adentrarán en la ciudad de Aswan donde disfrutarán de un pequeño paseo en faluca entre sus islas, el obelisco inacabado, el Museo Nubio y más. Desde aquí podrán ir hasta Abu Simbel donde se maravillarán con sus majestuosos Templos de Ramsés II y Nefertari.

3 En los últimos cinco años el número de turistas españoles ha crecido notablemente incluso llegó a crecer un 56% en el año 2005 con respecto al 2004. Pero desafortunadamente este crecimiento se frenó a partir del 2008 debido a la situación económica que estamos sufriendo a nivel mundial, el número más alto de españoles que visitaron Egipto es de 170.000 turistas.

4 De cara al futuro España se considera uno de los mercados más comprometidos y vírgenes y estamos seguros que en un futuro próximo vamos a tener un crecimiento igual a lo que estábamos teniendo hasta el 2007 y esto debido a muchos factores como el interés que siempre han demostrado los viajeros españoles por nuestro país y también por la calidad y diversificación de nuestros productos turísticos.

5 Debido a la actual crisis hemos percibido un frenazo del crecimiento del mercado español a nuestro país, pero aún así y con lo hablado con los tour operadores y con las agencias de viajes Egipto es uno de los destinos turísticos que han sido menos afectados con dicha crisis y que es uno de los destinos que han mantenido buena demanda, y además ayudó a muchos tour operadores a sobrevivir dicha crisis.

6 Las conexiones aéreas son primero las aerolíneas egipcias y españolas (EgyptAir que vuela a diario desde Madrid a El Cairo

y 5 veces semanales desde Barcelona, además de los vuelos charter que ponen los tour operadores hacia los aeropuertos de Luxor y Aswan y que su frecuencia depende siempre de las temporadas y la demanda, llegando a ser en algunos casos más de 20 aviones semanales)

7 Las agencias de viajes y los tour operadores, además de los medios de comunicación son nuestros socios de trabajo en cualquier mercado en el mundo; nuestros planes de promoción siempre los ponemos en coordinación con ellos.

8 Los tour operadores que ofrecen Egipto son casi todos los que trabajan en España y entre los más destacados Viajes El Corte Inglés, Club 5 Estrellas, Royal Vacaciones-Ambassador, Iberojet, Catai y otros.

9 El viajero español cuando viaja a Egipto disfruta de su cultura, de la historia, del trato de su gente y sus tradiciones, respetando en cada momento sus monumentos y su entorno, aprovechando su viaje para sumergirse entre los mercados y zocos de cada ciudad, gastando una cuantía mayor que otros turistas que nos visitan.



Magued Pomeroy
directora de la Oficina de Egipto

10 En Egipto se están dando a conocer nuevos destinos para el turismo español, como es el turismo de sol y playa tanto en el Mar Rojo (Sharm El Sheikh, Hurghada, Marsa Alam..., donde se puede practicar buceo disfrutando de los mejores fondos marinos del mundo, en sus aguas cristalinas entre corales y su espectacular vida subacuática, además de poder combinar estos viajes con turismo de aventura y safari en el desierto del Sinaí) como en el Mediterráneo en el Alamein, en la costa norte del país; todo esto, a parte de las maravillas de los oasis de Egipto (Dakhla, Siwa Bahariya...), donde se puede disfrutar de muchas actividades desérticas: safaris en 4x4, en Quads, dar paseos en camello o a caballo, e incluso visitar sus fuentes termales con beneficios terapéuticos.



1 Finlandia es un país de muchos contrastes. El viajero español encuentra allí impresionantes paisajes naturales, tranquilidad y actividades en la naturaleza tanto en verano como en invierno. Pero al mismo tiempo puede disfrutar del ambiente metropolitana de las ciudades.

2 En Finlandia es muy fácil disfrutar de la naturaleza en cualquier parte del país. Incluso las ciudades tienen muchos parques y los bosques se encuentran a pocos kilómetros de los centros. Si uno quiere desconectarse completamente de la vida urbana, puede dirigirse a áreas como la región de los lagos, Laponia o el archipiélago. O si lo que busca es combinar la vida urbana con actividades en la naturaleza, es adecuado viajar a ciudades como Helsinki, Turku, Tampere y Jyväskylä, entre otras.

3 En el año 2008 hubo unas 127.000 pernотaciones.

5 Es obvio que la crisis está afectando a todos los países. Pero a pesar de la situación el español sigue viajando al extranjero. Los cambios se han notado más en la manera de comprar el viaje. De momento se compra mucho más en el último momento y "en rebajas".

6 Las mayores líneas aéreas europeas tienen buenas conexiones de diferentes ciudades de España a Helsinki y la aerolínea finlandesa Finnair tiene vuelos

directos diarios a Helsinki desde Madrid y Barcelona durante todo el año. Además Blue1 (SAS) vuela varias veces a la semana desde Barcelona a Helsinki. También se puede ir en coche propio cruzando el Báltico con uno de los muchos ferrys que salen desde Suecia, Alemania o Estonia. De todos modos vemos que hay más demanda especialmente para vuelos directos y esperamos que en el futuro haya más conexiones.

7 Las agencias son nuestros cooperadores esenciales. A través de y gracias a ellos el cliente llega a conocer nuestro país y realizar el viaje. La gente compra sus viajes también en internet pero el papel de agencias sigue siendo muy importante en cuando se trata de un viaje a Finlandia.

9 El viajero español es muy activo y aficionado; prepara su viaje bien y quiere conocer muchos lugares a la vez.

4 Buenas perspectivas, mercado cercano con acceso fácil, desarrollo de los "low-cost", alojamiento de todo tipo y precio

6 24 ciudades españolas tienen líneas aéreas hacia 12 ciudades francesas, operadas por 12 compañías aéreas. Tren, autobús, red de carreteras muy bien desarrollado.

8 Mas de 80 tour operadores (mayoristas y minoristas) programan Francia.

9 El viajero español en Francia disfrute de todo lo que hay -museos, monumentos, restaurantes, tiendas, actividades, naturaleza- y gasta mas dinero que los viajeros de otros países europeos.



Israel

1 Un alto porcentaje de nuestros visitantes lo hacen por motivos religiosos (70-75%) combinado con los históricos. Es un paseo por la historia judeocristiana. Realmente, apasionante y que no deja a nadie indiferente y que todos nuestros visitantes tienen la sensación de haber viajado en el tiempo y de sentirse como en casa, leyendo carteles en la carretera con nombres como Jerusalén, Galilea, Nazareth, Tabor... Y gracias al aspecto Tierra Santa de Israel, éste nos permite dar a conocer otros atractivos menos conocidos como los 13 lugares UNESCO, el turismo de salud en la región del Mar Muerto y Tiberiades, ecoturismo, rutas vitivinícolas...

2 La ciudad más visitada en Israel es su capital, Jerusalén, la ciudad dorada. No hay adjetivos para describirla. Hay que ir para sentir. Nazareth, como ciudad de la Anunciación; Tiberiades, junto al Mar de Galilea; el Mar Muerto y la fortaleza de Massada; la ciudad medieval de San Juan de Acre y la parte antigua de Tel Aviv-Yafo. Pero cada persona tiene su propia lista de preferencias.

3 Fueron 65.341 viajeros españoles (un 39% más que en el 2007).

4 Somos moderadamente optimistas y confiamos en la capacidad del Estado español para salir de la crisis actual. Los grupos de peregrinación están saliendo en igual número aunque de menor cuantía. Nuestro mayor esfuerzo va encaminado a ellos y trabajamos para que su viaje sea "el viaje de su vida". Cada peregrino que regresa de Tierra Santa se convierte, automáticamente, en nuestro mejor promotor. En cuanto a los individuales, es



Francia

1 Seguridad, proximidad, acceso, infraestructuras, variedad de la oferta, cultura, gastronomía, naturaleza, ciudades, actividades, parques de atracciones, posibilidad de estancias cortas o largas, alojamiento de todo tipo y precio.

2 Según lo que busca, lo puede encontrar en Francia.

3 Con 5,6 millones Francia es el primer destino extranjero elegido por los españoles, un 18%.



Patrick Goyet
director de la Oficina de Atout France





Dolores Pérez
directora de la Oficina de Israel

una tarea algo más complicada. Eso lo sabemos todos los que estamos al frente de una oficina de promoción turística. En nuestro caso, contamos con la inestimable y experta colaboración de operadores y agentes de viajes. Las estadísticas este año serán negativas aunque el reto está en conseguir que el impacto sea el menor posible. En eso estamos.

5 En lugar de grupos de 50-60 personas, ahora salen 30-35 personas.

6 Hay vuelo directo. El Al desde Madrid y Barcelona e Iberia desde Madrid.

7 Los agentes de viajes son esenciales en el proceso de compra de un paquete turístico. Muchos clientes confían en sus consejos. De ahí la importancia de los seminarios de formación para dar a conocer el destino y romper "tópicos", los boletines informativos, los fam-trips...

8 Lista operadores: Aegyptus, Ambassador Tours, Angalia, Aviotel, Catai, Club de Vacaciones, Costa Cruceros, Dream Fly, Dunia, Euroclass, Icu, Image Tours, Indoriente, Kirunna, Kuoni, Tour Mundial, Interpax, Mapa Tours, Nubia Tours, Politours, Producto Propio, Royal Wawel, Transrutat, Travelplan, Viva Tours...

9 No tengo un estudio sobre el turista español en Israel pero la estancia media está en 6 días y medio. Alojamiento en Jerusalén, Tel Aviv y Tiberiades. Es muy valorado entre los comerciantes. Viaja en pensión completa (grupos religiosos).



1 Italia ofrece al viajero español, entre muchas otras cosas: arte, historia, turismo cultural y religioso, que constituyen alrededor del 80% de la motivación de viajes de los españoles. Se consolida también el turismo enogastronómico, mientras que aumenta el turismo de negocios, el termal y el de naturaleza. Las obras de arte están por todas partes, y cada rincón del país reserva infinitas y maravillosas sorpresas. Hay que recordar que Italia posee más del 40% del Patrimonio Artístico Mundial

2 La principales ciudades de arte como Roma, Florencia y Venecia siguen siendo las ciudades más solicitadas por el español pero en estos últimos años ha habido un gran incremento hacia las islas de Cerdeña y Sicilia y la Región de Campania (Nápoles y la Costa Amalfitana).

3 Según datos del ISTAT (Instituto de Estadísticas Italiano) y referentes al año 2007:
1.976.899 llegadas
5.306.063 presencias
Según datos estimados del Banco de Italia en el año 2008 visitaron el país:
2.760.000 españoles.

4 La perspectivas son buenas, se prevé un continuo crecimiento en el sector de viajes cortos, sobre todo fines de semana y puentes, gracias a las conexiones aéreas de low cost.

Además desde Roma se ha creado una nueva campaña promocional "Italia much more" para reconquistar a los viajeros españoles y extranjeros a través de una serie de spots publicitarios de un gran impacto, donde se podrá descubrir



Laura Della Rocca
subdirectora de la Oficina de Italia

la variedad de las bellezas naturales, artísticas y culturales de Italia, realizados por Rai Trade. El ENIT-Agencia utilizará estos spots en todas las actividades organizadas para promover unas vacaciones Made in Italy y el lifestyle italiano.

5 Según encuesta realizada con los T.O., las ventas hacia Italia han disminuido una media del 15%. Por lo que se refiere al turista independiente (que organiza el viaje por su cuenta) se ha mantenido y ha tenido un ligero aumento respecto al mismo periodo del 2008.

6 Además de Alitalia, compañía aérea nacional que une las principales ciudades españolas con las principales italianas, ahora mismo contamos con un gran número de conexiones aéreas de "low cost" entre distintas ciudades españolas e italianas. También gracias a Grimaldi Lines, compañía naviera que une Barcelona con Civitavecchia (Roma) y Porto Torres en la isla de Cerdeña y la compañía Grandi Navi Veloci que une Barcelona con Génova. Es también importante destacar el tren Elipsos que une Barcelona con Turín y Milán.

7 Como en todo lo que se refiere al turismo las agencias de viajes tienen un papel primordial en la promoción de Italia en España. Son el lazo de unión entre Italia y el turista español. Es de destacar que en los últimos años se ha verificado un aumento del viaje individual sin utilizar los servicios de agencia.

8 Hay aproximadamente 115 operadores españoles que ofrecen el producto Italia en sus catálogos; con 13 catálogos totalmente dedicados a Italia y un total de 2.445 páginas de catálogo dedicadas a Italia (datos 2008).

Entre los más importantes tour operadores citaremos: Ambassadors, Bancotel, Carta Italia, Catai Viajes, Condor Vacaciones, Mapa Tours, Panavisión, Politours, Pullmantour, Touritalia, Tourmundial-Viajes El Corte Ingles, Transhotel, Trapsatour, Travelplan, etc. etc.

9 Es un turista entre 15 y 70 años, con estudios superiores y que viaja a Italia principalmente motivado por el arte, la cultura, la historia y por la gastronomía y shopping.

10 En el año 2009 el ENIT-Agencia Nacional Italiana para el Turismo celebra su 90º aniversario al servicio del turismo italiano, por lo que seguimos creyendo en la importancia de nuestras oficinas para promocionar Italia en el extranjero y el servicio que presta al turista y a los tour operadores locales.



Jordania

- 1** Un destino completo, hermoso, seguro, variado y cercano.
- 2** Petra naturalmente, el Mar Muerto, Desierto del Wadi Rum, Amman, Jerash, Um-Qais, Betania y Aqaba.
- 3** Casi 42.000 viajeros.
- 4** La introducción de Jordania Bíblica, o sea la tierra del Antiguo testamento; Desde Betania (el lugar del Bautizo de Jesús) hacia atrás pasando por San Juan, Herodes, Salomé, Elías, Eliseo, Moisés, Josué, Aaron, Jacob, Job, Lot, Abraham, Ruth etc.
- 5** La Crisis ha afectado a todos los destinos especialmente a aquellos lejanos a España.
- 6** La única compañía aérea con vuelos sin escala es Royal Jordanian. Para que un país pueda decir que el servicio de llegada y salida es efectivo igual cantidad de vuelos desde uno hacia el otro. O sea sería necesario que Iberia volara a Jordania.
- 7** Son los puntos de venta más importantes para el turismo Jordano en España ya que son los distribuidores de los paquetes turísticos de los Operadores Españoles.
- 8** Los principales Operadores españoles ofrecen Jordania en sus folletos.
- 9** Culto y deseoso de conocer y experimentar otras culturas. El español viaja por periodos largos, 8 a 12 días, duerme en buenos hoteles y aprecia conocer y visitar museos, restaurantes y lugares de diversión.
- 10** El mercado español se sentirá atraído hacia Jordania más que nunca cuando vea los nuevos paquetes turísticos que incluirán la Jordania Bíblica.



Pedro Oviedo
director de la Oficina de Jordania



Polonia

- 1** Lo principal que ofrece Polonia es la sorpresa. Mucha gente en España pensando en Polonia, piensa en un país gris con toda la carga de su historia, sobre todo relacionada con la II Guerra Mundial y el pasado comunista con grandes plantas industriales. Sin embargo, una vez hayan viajado, se llevan por regla general una muy grata sorpresa: no todo ha sido destruido (Cracovia), lo que ha sido destruido se ha reconstruido con mucho cariño y afán de superar malos momentos (Varsovia) y Polonia no son solamente grandes astilleros famosos por el sindicato Solidaridad y Lech Walesa, sino también preciosos edificios de una ciudad perteneciente a la Liga Hansa (Gdansk).
- 2** Las ciudades arriba mencionadas son un reclamo entre los viajeros españoles y ya empezamos a ampliar la oferta por las ciudades y lugares de igual interés histórico y artístico, como Torun, otra de las ciudades Patrimonio de la Humanidad, Wroclaw, la capital de la región de Silesia Baja, Poznan y, últimamente, Lodz que aspira a ser la Capital Europea de Cultura en 2016. Para los viajeros que buscan descanso en la naturaleza, ofrecemos, entre los 22 parques nacionales, sobre todo el Parque Nacional de Bialowieza, Reserva de la Biosfera y hábitat natural del bisonte europeo. Nos gustaría también dar a conocer más la zona de los lagos polacos, un producto para descansar activamente, ya que España carece de tal concentración de lagos grandes y pequeños.
- 3** El año pasado, según el Instituto de Turismo polaco nos han visitado 110.000 españoles. Desgraciadamente, por primera vez desde hace varios años hemos notado una ligera bajada en el número de visitantes desde España.
- 4** Nos damos cuenta perfectamente de que la crisis económica ha influido en la decisión de viajar al extranjero por parte de los españoles. Sin embargo, consideramos que podremos recuperar rápidamente las cuotas en el mercado emisor español, principalmente porque no somos un destino de larga distancia, sigue habiendo red de vuelos directos desde España a Polonia y, por último, nuestro destino sigue siendo más económico que otros comparables destinos europeos, lo cual se debe al cambio del euro en la moneda polaca (zloty).
- 5** La crisis, entre otros factores, perjudicó al sector de agencias de viaje en España. Notamos por lo tanto menor interés por parte de las agencias y la reducción de viajes organizados. No obstante, el turismo individual, contratado directamente, se mantiene al mismo nivel. Esperemos que la dinámica de cierres de las agencias de viaje en España se frene muy pronto y podremos recuperar también este sector.



Agata Witoslawska
directora de la Oficina de Polonia

- 6** Estamos bastante contentos con la actual red de vuelos directos a Polonia pero obviamente todo se puede mejorar. Sobre todo en relación a los vuelos directos a Cracovia que es el destino polaco más conocido y perfectamente puede ser un destino atractivo durante todo el año.
- 7** Para nosotros esa parte de la cadena, desde seducir al viajero hasta que compre el viaje, es fundamental. Sobre todo si conoce el destino y puede de esta manera proporcionar una información fiable teniendo al mismo tiempo el trato directo con el cliente. En este sentido, el trabajo del agente de viaje tiene dos factores: el técnico proporcionando información y ayudando a organizar el viaje de la mejor manera posible, y el factor humano. En septiembre organizamos en Polonia el workshop Meet Poland, una de las iniciativas para que el agente de viaje español se familiarice con el destino.
- 8** Todos los principales tour operadores tienen la oferta de Polonia.
- 9** El viajero español es muy exigente pero al mismo tiempo es un cliente muy grato, siempre y cuando el destino le gusta. Muchas personas entre los españoles empiezan su viaje planificándolo, lo cual es muy positivo porque en este sentido las oficinas de turismo podemos desarrollar unas de nuestras principales actividades: la información al viajero. Los españoles son también los viajeros que en muchas ocasiones no se olvidan de compartir las experiencias de su viaje que –en caso de que dichas experiencias sean positivas– es la mejor publicidad para cualquier destino.



1 La República Checa es un destino de proximidad con una excelente relación calidad-precio, un país pequeño (del tamaño de Andalucía) fácil de recorrer en coche o transporte público gracias a sus modernas infraestructuras. Si bien Praga es nuestro mayor reclamo –por su belleza y por su vibrante actividad cultural durante todo el año–, otras regiones como la de Karlovy Vary, Bohemia del Sur o Moravia del Sur, despiertan el interés del viajero español por la riqueza de su Historia, sus monumentos Patrimonio Mundial de la Unesco (12 en todo el país), su amplia oferta de actividades al aire libre o sus delicias gastronómicas, siempre acompañadas por una cerveza o un vino local.

2 La Oficina Nacional Checa de Turismo recomienda las escapadas “Praga + 1”, dirigida a que los turistas españoles combinen su estancia en la capital con una extensión a otro punto turístico del país como Brno, la segunda ciudad checa, que es una urbe cosmopolita con importantes museos y galerías de arte; Cesky Krumlov, de aniversario por los 700 años de su fundación; Karlovy Vary, la más célebre ciudad-balneario checa y cuna del glamour centroeuropeo; Pilsen, cuna de la cerveza rubia; Olomouc, donde se encuentra la reserva monumental más grande de Moravia...

Asimismo, hay un amplio abanico de rutas temáticas que recorren el país en busca de tesoros muy específicos, como la Ruta de los Castillos y Palacios, en la que se visitan los más destacados de los 200 que existen en el país; la Ruta de la Cerveza o la Ruta de la Unesco.

3 España, con 246.503 turistas en 2008, representó el octavo mercado emisor de turistas a la República Checa, después de Alemania, Reino Unido, Rusia, Italia,



Katerina Menclova *directora de la Oficina de la República Checa*

Polonia, EE.UU y Eslovaquia. En cómputos globales, los españoles significaron un 3.7% del total de 6.653.053 turistas que visitaron las diferentes regiones checas.

4 La Oficina Nacional Checa de Turismo sigue apostando fuerte por varios segmentos: la oferta turística de alto standing, con productos como el Golf, con la acuñación del slogan “República Checa-La República del Golf”; el Spa y las compras, confiando en la buena aceptación hasta la fecha. En segundo lugar, el turismo activo en los parques nacionales y montes de la República Checa, que dispone de una superficie verde del 40% y una importante red de senderos para pasear, hacer trekking o ciclo-turismo; esta última una opción cada día más popular.

Con las nuevas propuestas lanzadas este 2009 para el Turismo Senior y las acciones para jóvenes, CzechTourism espera que la República Checa se consolide como un destino atractivo para una variedad más amplia de públicos. La tendencia en alza de los viajes tipo ‘city-break’ también nos es beneficiosa, dado que Praga es una ciudad para visitar en cualquier estación.

5 La situación de crisis nos favorece con respecto a otros destinos, al tiempo que los turistas se decantan por viajes de corto alcance, apto para todos los presupuestos.

6 El importante aumento de turistas registrado en la República Checa desde su integración en la UE hace cinco años ha propiciado un ‘boom’ en el aumento de aerolíneas que operan en el país, especialmente destacado en las ‘low-cost’. En 2008, la oferta de las 15 compañías aéreas que operaban en el aeropuerto de Praga ascendía a 90.000 asientos semanales, un 66% más que en 2004. Desde España, las conexiones de vuelos directos están garantizadas por los 20 vuelos semanales de la compañía nacional Czech Airlines desde Madrid y Barcelona, así como los siete de Iberia con salida de Madrid. Las de bajo coste Smart Wings, Wizzair y Vueling conectan diferentes ciudades españolas (Valencia, Málaga, Tenerife, Palma de Mallorca, etc) con Praga-Ruzyně, y en el caso de Smart Wings también con los aeropuertos internacionales de Brno (200 km desde Praga) y Ostrava (350 km desde Praga).

7 Las agencias son claves a la hora de la venta de los circuitos. No obstante, la tendencia en términos globales demuestra que la mayoría de los turistas extranjeros –en torno al 74%– que llegan a la República Checa viajan por libre.

8 Los principales touroperadores que comercializan el destino República Checa en nuestro país son Tourmundial-Viajes el Corte Inglés, Panavisión, Mapa Tours-Tierra Joven, Condor Vacaciones, Iberojet, Club 5 estrellas, Politours, General Tours y Nobel Tours.

9 El español es un viajero muy ecléctico en cuanto a edad y gustos, aunque le interesa la cultura del país que visita y agradece una buena gastronomía. Es exigente con la calidad-precio pero no duda en gastar cuando se encuentra de vacaciones. Para los checos a veces nos resulta un poco ruidoso, pero compartimos otros valores como el humor.

10 Aprovechamos para agradecer a los TO su disposición a colaborar en los proyectos que se le proponen con la intención de buscar sinergias, así como la incorporación en sus programas de nuevas rutas o circuitos promocionados desde CzechTourism España, como pueden ser los nuevos programas de Golf en la República Checa o la Ruta de la Cerveza coincidiendo con las festividades checas en honor a la ‘lager’.



1 Un lugar entrañable donde disfrutar de unas vacaciones fuera del estrés cotidiano. El trato afable de gente hospitalaria y siempre sonriente y un paraíso natural de sol y mar en el centro del Caribe con una historia de más de 500 años. Crisol de culturas y cuna de Las Américas.



Paola Dimitri *directora de la Oficina de Rep. Dominicana*

2 Punta Cana –por su gran oferta hotelera de resorts de sol y playa Santo Domingo– por sus 500 años de historia y cultura Samaná es un paraíso natural santuario de ballenas jorobadas.

Puerto Plata; destino para conocer de cerca el sabor de lo dominicano, la novia del Atlántico, cuna de ron y de los yacimientos de ambar.

La Romana y Bayahibe; para disfrutar del golf y de la alta gama, de la naturaleza y el buceo.

Cabarete; la ciudad de Viento, para practicar deportes extremos, windsurf y kitesurf.

- 3** 260 mil turistas españoles.
- 4** Seguir siendo el destino líder en el Caribe, en la preferencia de los vacacionistas españoles.
- 5** Dadas las actuales circunstancias el mercado español ha decrecido un 8% en relación con el año anterior.
- 6** España esta conectada a la República Dominicana a través 2 líneas aéreas regulares y vuelos charters, que sirven los principales aeropuertos del país.
- 7** Son nuestros mejores aliados para llegar a nuestros consumidores finales.
- 8** Travelplan, Orizonia, Marsans, Soltour, Barceló...
- 9** Vital y divertido, le gusta interactuar y conocer las costumbres de los pueblos que visita.

TÚNEZ

1 Ofrece una excelente relación calidad/precio y variedad de productos interesantes: turismo de sol y playa, cultura y arqueológico, de congresos e incentivos o aventura y salud (2º destino mundial en este aspecto, cuenta con 45 centros de talasoterapia a lo largo de sus 1.300 kilómetros de costas. Para el turista español es ideal por su cercanía geográfica, como dato desde Barcelona se tarda 1 hora y media de vuelo. En lo referente al turismo de aventura ofrece enclaves muy interesantes, habiendo sido elegido por diversos cineastas de todo el mundo para sus rodajes, como por ejemplo los de La Guerra de las Galaxias o El Paciente Inglés. Además cuenta con una infraestructura de hoteles de 4 y 5 estrellas del mejor nivel para la organización de todo tipo de eventos.

2 Túnez es un país de contrastes. Entre el azul del cielo y el ocre de la tierra pueden visitarse tanto oasis como zonas montañosas. Simplemente mencionar La Puerta del desierto en el Sur, excelente punto para el turismo activo, que puede practicar toda la familia, o los spas, entre los que figura uno de los más prestigiosos del mundo el "Tamerza Palace".

3 112.000 viajeros fueron a Túnez.

5 Es difícil prever un resultado, obviamente el mercado se ha resentido, pero nosotros no hemos parado en las acciones con los medios de comunicación, el público e incentivando la red de ventas con los touroperadores, con fun trips, etc. Hemos hecho una presentación en 9 ciudades en el primer semestre del año, con un Roadshow para 900 agencias Preguntar si éste ya ha sido o va a ser.



Issam Khereddine
director de la Oficina de Túnez

6 Las conexiones son insuficientes, ojalá hubiera más. La nueva línea es un apoyo para el reto de desestacionalizar el turismo y potenciar el producto de congresos, eventos, seminarios como el que ha tenido lugar de la FEAV con 300 agentes.

8 Las agencias juegan un papel muy importante. Los touroperadores son variados: Iberojet, Travelplan, Marsans, El Corte Inglés, Catay, Planet Travel, Orient Tours...

9 Es un viajero con curiosidad por todo, interesado por la cultura y el contacto con la gente, con ganas de conocer las tradiciones y costumbres para que la experiencia resulte enriquecedora. Gasta dinero, le encanta ir de compras y el regateo.

10 Sí, el nuevo vuelo a la Puerta del Desierto Madrid-Tozeur (cerca del Gran Lago Salado).



1 El turismo turco, que es generalmente del tipo de turismo que podemos llamar sol y playa, destaca más que nada con el turismo vacacional. Nuestra costa de alrededor de 7.000 km nos sitúa en el 7º puesto en el turismo mundial por la cifra de los turistas que recibe. Por otra parte Turquía es un país que uno puede disfrutar no sólo de playa, sino también de su nieve, y sus montañas, de su historia, de su gastronomía. Es un país que ofrece un gran abanico de variedades. Los turistas españoles suelen viajar por el turismo de cultura.

2 Gracias a la herencia cultural y su naturaleza casi todas las partes de nuestro país es demandado, pero el turista español generalmente opta por destinos como Estambul, Capadocia, Pamukkale y Efeso.

3 En el año 2008 342.104 españoles visitaron nuestro país.

4 El primer objetivo de nuestra Consejería de Información y Cultura en Madrid es aumentar el turista español que visita nuestro país. Para conseguir este fin intentamos llamar la atención de los españoles y dar

a conocer, a través de la prensa escrita y visual, los valores turísticos de nuestro país y las actividades culturales. Por ello se hacen publicidad y varias actividades promocionales en diferentes campos (televisión, Internet, etc.).

5 La verdad es que Turquía no lo ha notado como otros países. Al ser un país fuera de la zona Euro no nos afectó mucho el cambio, por lo tanto no ha habido un descenso en la cifra de los españoles que viajan a Turquía.



Ismael Aksel
director de la Oficina de Turquía

6 Actualmente Líneas Aereas Turcas (THY) e IBERIA tienen vuelos directos de Madrid y Barcelona. Hace 4 años tenían 3 vuelos a la semana ambas compañías, luego esta cifra aumentó con 7 vuelos a la semana desde Madrid y Barcelona. Ahora THY e Iberia tienen 38 vuelos a la semana de estas dos ciudades.

7 Casi todas las agencias de Halcón Viajes a El Corte Inglés, de Mucho Viaje a 5 Estrellas, de Politours, a Viajes Iberia, de Mapa Tours a Viajes y Vacaciones tienen Turquía en su catálogo, nos están apoyando con su propia campaña y preparamos campañas juntas.

8 Podría decir que todos los tour operadores están ofreciendo Turquía.

9 Turquía tiene una potencial muy importante de turismo cultural gracias a su situación geográfica que une dos continentes (Asia y Europa) y un sinnfin de civilizaciones asentadas en estas tierras. Así pues el 90% de los españoles que visitan nuestro país vienen a Turquía por el turismo cultural. Tienen un perfil bastante culto. Sobre todo se maravillan con la rica herencia cultural de Estambul. A la hora de hablar sobre los características del turista español, observamos que generalmente son de clase social media y alta y de edad mediana y superior. Por otra parte el interés de los jóvenes se aumenta cada día más.

Debido a la extensión de las contestaciones recibidas a nuestras preguntas por los directores de las distintas Oficinas de Turismo, nos vemos obligados a dividir en dos partes dichas respuestas, por ello en el próximo número de esta revista finalizaremos esta encuesta.