

Núm. enero/febrero 2011 Volumen XXX (4€uros) "Nº Extraordinario Aniversario"

TAT

TRANSPORTE AÉREO

& TURISMO
www.tatrevista.com

30

1982
enero
2011

aniversaria





el placer de navegar con una gran compañía

Iberocruceros pone a vuestra disposición la mejor relación calidad-precio del mercado, los mejores itinerarios y excursiones, una variada y selecta gastronomía a bordo y la posibilidad de contratar nuestros forfaits de bebidas a unos precios muy asequibles. Queremos que tu crucero sea perfecto.

Iberocruceros marca la diferencia.

ESENCIAS DEL MEDITERRÁNEO I (7 noches)

Grand Voyager

Salida Barcelona: del 6 al 27 de marzo.

Barcelona, Túnez, Nápoles, Civitavecchia (Roma), Livorno (Florenca), Villefranche (Mónaco), Barcelona.

desde **249€***

PERLAS DEL ADRIÁTICO Y EGEO I (7 noches)

Grand Celebration

Salida Atenas: 30/5; 4 y 18/7: 1, 15 y 29/8; 3/10. ¡Noche en Atenas!

Atenas (El Pireo), Santorini, Mykonos, Rodas, Heraklion (Creta), Corfú, Dubrovnik, Venecia.

desde **751€***
¡Avión incluido!

TESOROS DEL BÁLTICO I (7 noches)

Grand Mistral

Salidas Copenhague: 18/6; 16/7; 13/8. ¡Noche en Copenhague!

Copenhague, Warnemünde (Berlín), Visby (Suecia), Estocolmo, Tallin, San Petersburgo, Helsinki.

desde **990€***
¡Avión incluido!

SEMANA SANTA (Posibilidad de embarcar en Almería o Valencia)

Grand Celebration

Salida Almería: 19 de abril (5 noches). Salida Valencia: 20 de abril (4 noches).

Desembarque sólo en Valencia.

Almería, Valencia, Marsella, Ajaccio (Córcega), Ibiza, Valencia.

ALMERÍA desde **311€*** VALENCIA desde **261€***

Más información en www.iberocruceros.es o en tu agencia de viajes

*Plazas limitadas. Precios desde por persona en camarote doble interior sobre tarifa Ahorro Express. Consultar condiciones. Tasas de puerto 115€ por persona para crucero Semana Santa salida desde Valencia; 145€ por persona para crucero Semana Santa salida desde Almería; 200€ para crucero Tesoros del Báltico I y 190€ para resto de cruceros no incluidas. Tasas de servicio 37€ por persona para crucero Semana Santa salida desde Valencia; 47€ por persona para crucero Semana Santa salida desde Almería; y 65€ por persona para resto de cruceros no incluidas. Las tasas de servicio siempre se pagan a bordo. Aviónida y vuelta desde Madrid o Barcelona para cruceros especificados con avión incluido y traslados aero puerto-puerto-aeropuerto incluidos.



...Y han pasado 30 años, ¡quién lo diría!

Efectivamente 30 años que han pasado “volando”, desde aquel día de 1981 que en mi despacho de la revista Avión, en la Carrera de San Jerónimo, donde transcurrieron también 30 años de mi juventud, propuse a mis compañeros y amigos la idea de lanzar una publicación dedicada a la aviación comercial y al turismo. Nadie creyó en la posibilidad de ello, solamente mi mejor amigo y compañero de siempre, Tanis Bernard, me entendió y se entusiasmó con el proyecto, y gracias también a su colaboración TAT comenzó a ser una realidad saliendo a la luz. Nos presentamos al mundo del sector en enero de 1982 en Fitur.

Muchas alegrías, sinsabores, amigos y horas de trabajo hemos tenido el equipo de esta modesta e inquieta publicación, que en cada momento ha intentado estar al día de este maravilloso y engañoso mundo de la aviación, del turismo y las diferentes ramas del transporte, trenes o cruceros, que hace que millones de personas viajen y descubran las culturas y rincones de nuestro planeta.

Adecir verdad “navegamos” en unos momentos difíciles mundialmente y para los españoles desgraciadamente también. En estos dos últimos años hemos asistido a la desaparición de muchas publicaciones, algunas muy ligadas a nuestro sector, lo cual nos ha entristecido. Afortunadamente TAT aún perdura y aquí estamos.

En el sector aeronáutico han desaparecido en estos 30 años un gran número de compañías aéreas, tanto extranjeras como españolas, aunque han nacido las llamadas Bajo Coste, de las cuales también han desaparecido rápidamente algunas, que a mi juicio han hecho la aviación más popular, pero con menos calidad. También hemos asistido a grandes acontecimientos del sector turístico: como la fusión de compañías aéreas banderas, de grupos hoteleros, agencias de viajes, la llegada de la Alta Velocidad (Ave) a más de 350 km./h, que ha revolucionado el mundo del transporte terrestre, la llegada de los grandes buques de cruceros que son auténticos hoteles de lujo navegables, con capacidad hasta más de 5.000 personas, en el aire el A380, un superavión con capacidad incluso hasta 800 viajeros, y no podemos decir menos del desarrollo de las nuevas tecnologías, el Internet, al que tanto debemos las editoriales, y todo el mundo del turismo; el móvil, las cámaras digitales... etc ¡quién nos iba a pronosticar en los años ochenta esta revolución!

Antes de terminar no quiero olvidar el agradecer a nuestros anunciantes, empresarios y entidades que han depositado en nuestra revista su confianza y colaboración todos estos años, y que sin ellos no hubiera sido posible llegar a esta fecha.

Todo el equipo de TAT, con su directora al frente les agradecemos su constante apoyo y esperamos seguir informando y comunicando con nuestra forma de hacer durante otros treinta años....

Antonio Florez
Presidente/editor



enero/febrero 2011
 Reproducimos algunas de las portadas que han aparecido durante estos treinta años



Editorial

...Y han pasado 30 años ¡quién lo diría! **3**

Entrevistas

- ▶ **British Airways. Una presencia Creciente en el mercado español** **22**
- ▶ **Susana Reoyo Directora de Iberair** **50**
- ▶ **Alfredo Serrano, director General de Iberocruceros** **54**

Reportajes

- ▶ **30 Aniversario de TAT Tres décadas al servicio del turismo** **26**
- ▶ **Iberia, más de 80 años volando** **30**
- ▶ **ALA, más de medio siglo al servicio de las compañías en España** **34**
- ▶ **AECA, el cambio del sector aéreo español en los últimos treinta años** **38**
- ▶ **30 Años de Cruceros, genera ilusiones hechas realidad** **42**
- ▶ **Tel Aviv La ciudad que nunca duerme** **46**
- ▶ **Politours, uno de los Touroperadores veteranos que más ha hecho por el turismo** **58**
- ▶ **30 Años del turismo cultural en Italia** **62**
- ▶ **Colombia, un país de contrastes,,,,,** **64**
- ▶ **Fitur 2011, refleja la recuperación del sector turístico** **66**

Turisem

- ▶ **Turismo de Empresa** **81**

Otras Secciones:

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

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

■ **Presidente-Editor:** Antonio Florez. ■ **Directora:** Mª Fernanda Fernández. ■ **Marketing y RR. EE:** Gonzalo Nates Contreras. ■ **Redacción:** Raul F. García. ■ **Colaboradores:** J. Antonio Fernández Cuesta. Alberto Rumschisky. Arturo Paniagua. Javier Pérez Portabella. Mafer. Javier Franco. Miguel Montes. Francisco Rivero. ■ **Corresponsales:** Andalucía Occidental (Cádiz) Victor Ocaña. Canarias Javier Franco. Málaga(Costa del Sol) Anahi de Decker. Roma (Italia). Carmen F. De Vando. ■ **Diseño y Maquetación:** Mª Teresa Fernandez. Adán Florez. ■ **Dirección, Redacción y Publicidad.** Mejico, 31 -1º A - 28028 Madrid (España). telf: +34 91 725 64 54 . FAX +34 91 361 07 01- tatrevista@tatrevista.com web: www.tatrevista.com Direccion Postal. Apartado de Correo. 14.027 - 28080 Madrid. ■ **Publicidad Madrid:** Mafer. Francisco Silvela, 76 -Esl. A 3º 3 28028 MADRID telf.+34 91 726 19 82 - E-mail: mafer@tatrevista.com. ■ **Publicidad Andalucía:** Anhi de Decker. anahi@tatrevista.com telf 670 8002 937. ■ **Publicidad Canarias:** Javier Franco - s_mire_ss@hotmail.com telf 6645825537. ■ **Las opiniones vertidas en esta revista expresan la opinión de sus autores sin que la publicación se responsabilice de ellas. Queda prohibida la reproducción de cualquier trabajo sin citar su procedencia.** ■ **Suscripciones :** Un AÑO (6 números) España 21€ ~ UE 26€ Resto de Europa 50€ USA y Otros Continentes \$65

Viaje de ensueño. Clase Turista.

Asientos confortables con pantallas individuales, servicio impecable, cocina apetitosa y una tripulación que habla tu propio idioma te acompañarán en tu descubrimiento de una nueva dimensión del vuelo en la Clase Turista de Emirates. Entretenete con los últimos éxitos de la música, el mejor cine o videojuegos de tu elección, y déjate llevar por una experiencia de vuelo única.

Vuela con estilo a Dubai y más allá. Fly Emirates. Keep discovering.

Viaja desde Madrid, vía Dubai, a un sinfín de destinos de todo el mundo.

Más de 400 premios internacionales y más de 100 destinos de todo el mundo, incluidos Dubai, Australia, Bangkok, China, Japón, India, Mauricio, Seychelles y Maldivas. Benefíciate de las ventajas del programa Stopover en Dubai y de las ventajas del programa de viajeros frecuentes en skywards.com. Más información en el teléfono 91 2757793, emirates.com/es o tu agencia de viajes.

RECUERDOS, HÉLICES Y TURBINAS

por Alberto Rumschisky

A raíz del feliz aniversario de TAT, surgió el tema de la evolución de la aviación comercial en los últimos 30 años. Y una de las preguntas era cuál ha sido el hecho más notable en este período. Nos hemos puesto de acuerdo en que se trata de la consolidación de las aerolíneas de bajo coste, que han permitido una impresionante multiplicación del número de pasajeros transportados, en constante crecimiento, y puede decirse que han cambiado los hábitos de los que viajan en avión. Claro que, inevitablemente, nos invade la nostalgia de los “viejos tiempos” (¡30 años son muchos años!) en los que volar era una aventura placentera, cómoda y hasta con una sensación de privilegio.

En realidad, el origen de las “tarifas baratas” se remonta más allá de los últimos 30 años. Se sitúa en 1971, cuando Southwest Airlines comenzó a volar en Estados Unidos con tarifas que rompieron el mercado. Dos años más tarde, Southwest ya arrojaba beneficios, y hoy en día es la aerolínea estadounidense que transporta el mayor número de pasajeros. En diciembre pasado fue nombrada como “la mejor aerolínea de bajo coste de Norteamérica”, y ha servido de modelo para Richard Branson de Virgin, Michael O’Leary de Ryanair y Stelios Ají-Ionnaou de Easyjet, quienes han reconocido unánimemente su deuda con Southwest y su modelo de negocios. La influencia es enorme en Europa, donde operan el 70 por ciento de todas estas compañías.

La verdadera revolución de Southwest comenzó en base a cuatro principios: (1) volar sólo un tipo de avión, lo que ahorra millones en mantenimiento y en la compra masiva de aparatos; (2) vuelos directos entre rutas simplificadas y aeropuertos más pequeños, lo que permite usar más veces un avión en el término de un día, y con menores costes; (3) la eliminación de “beneficios adicionales” tales como salas de espera especiales y comidas gratis, informando a los pasajeros de que son los beneficiarios de estas economías; y (4) la certeza de que los pasajeros van a optar masivamente por precios más baratos. Años después, el director de relaciones públicas de SkyEurope, una aerolínea de bajo coste basada en Bratislava, decía que “no sólo estamos enseñando nuestra marca a nuestros clientes, sino que les estamos vendiendo billetes a

personas que nunca han volado antes, y les estamos enseñando a usar el Internet”.

A los cuatro principios de Southwest, estas compañías que nos brindan “vuelos frugales”, han ido añadiendo, por ejemplo: (1) un mínimo de equipo opcional en los aviones, reduciendo los costes de compra y manteniendo bajo el peso de las aeronaves, con lo que también se ahorra combustible. Desaparecen así los asientos reclinables, los bolsillos en los respaldos, los reposa cabezas y hasta las cortinillas de las ventanas; (2) la eliminación de asientos reservados que, entre otras cosas, impulsa a los pasajeros a embarcar más temprano y más rápidamente, lo que favorece al menor tiempo empleado en preparar el siguiente vuelo del avión; (3) cobro de servicios como la facturación del equipaje, las comidas, bebidas y entretenimiento a bordo y la facturación y el embarque prioritarios; (4) limitar el coste de personal, como por ejemplo haciendo que los auxiliares de cabina también se ocupen de la limpieza del interior del avión y actúen como agentes de facturación; (5) evitar, en lo posible, el uso de “fingers” para abordar el avión, empleando la alternativa más barata de escaleras móviles; (6) no permitir a los pasajeros que pierden el vuelo por llegar tarde que cojan un vuelo posterior sin pagar un nuevo billete. Y no parece haber límite a la imaginación ahorradora como, por ejemplo, la tentativa de Ryanair de cobrar por el uso de los lavabos, felizmente desestimada por las autoridades competentes.

Vuelan actualmente en todo el mundo 70 compañías de bajo coste, y en la última década, la tendencia, sobre todo en Asia y Australia, es la de operar en vuelos de largo alcance. Las pioneras han sido Jetstar, australiana, con vuelos primero entre Sydney, Melbourne y Brisbane y Christchurch (Nueva Zelanda) y llegando luego hasta Honolulu, Japón, Vietnam, Tailandia y Malasia; y Air Asia X, subsidiaria del Grupo Virgin, uniendo Kuala Lumpur, en Malasia, con la Costa de Oro australiana. Sólo nos queda esperar que alguien se decida a explotar el Airbus 380, en una configuración de clase única y 853 pasajeros, para brindarnos un bajo coste multitudinario. Y que conste que ya circulan rumores en este sentido... ●



Nuevos beneficios del Acuerdo de Negocio Conjunto entre las tres aerolíneas

Ofrece a sus clientes 41 nuevas rutas en código compartido con American Airlines y British Airways

Iberia, American Airlines y British Airways ofrecen nuevas ventajas como consecuencia del Acuerdo de Negocio Conjunto para las rutas del Atlántico Norte, que se puso en marcha el pasado mes de octubre. En concreto, ha aumentado el número de vuelos en los que estas tres aerolíneas tendrán código compartido, lo que se traduce en más opciones de viaje y mejores conexiones en las rutas que unen Europa con Norteamérica.

En el caso de **Iberia**, pone su código en 72 vuelos de **American Airlines** y en 86 vuelos de **British Airways**, lo que le permitirá ofrecer 41 nuevas rutas y dos nuevos destinos –Calgary (Canadá) y Newark–. Estas nuevas rutas, añadidas a los que se incluyeron el pasado 1 de octubre cuando se firmó el acuerdo comercial entre las tres aerolíneas, suman un total de 80 rutas que añadir a la oferta de **Iberia** gracias al Acuerdo de Negocio Conjunto.

Entre estas nuevas rutas están Madrid-Los Ángeles vía Londres, Madrid-Nueva York vía las principales ciudades europeas (Bruselas, Londres o París), Madrid-San Diego, San Francisco, Seattle, Philadelphia, Orlando o Tampa vía Londres. Entre las tres aerolíneas, el Acuerdo de Negocio Conjunto pone a disposición de los pasajeros más de 400 destinos en 100 países, con unos 5.200 vuelos diarios.



Manuel Lopez Aguilar
director Comercial y Clientes de Iberia.

Algunas de las ventajas que ofrece este acuerdo comercial, son: La creación de centros de conexión en Madrid, Nueva York JFK, Londres Heathrow, Miami y Chicago; Facturación online e impresión de la tarjeta de embarque en la página web de cualquiera de las tres aerolíneas; Información online sobre los vuelos de las tres aerolíneas en las páginas web de cada una de ellas; Una mayor variedad de tarifas y Coordinación de horarios para ofrecer a los clientes más opciones de vuelos.

Además, como consecuencia de la puesta en marcha de este acuerdo, las tres compañías han anunciado la apertura de cinco nuevas rutas a partir de finales de marzo. Se trata de Barcelona-Miami y Madrid-Los Ángeles (Iberia), Nueva York JFK-Budapest y Chicago-Helsinki (**American Airlines**), y Londres Heathrow-San Diego (**British Airways**).

Para Manuel López Aguilar, director Comercial y Clientes de **Iberia**, "este incremento de los códigos compartidos entre las tres aerolíneas demuestra una vez más que el Acuerdo de Negocio Conjunto que pusimos en marcha hace poco más de dos meses es realmente bueno para nuestros clientes, que cuentan con más destinos, más opciones de vuelos y mejores conexiones".



Iberia lanzó un millón de plazas desde 29 euros por trayecto, con motivo de la fusión de Iberia-British,

Vuelos nacionales desde 29 euros por trayecto; Europa desde 39; Estados Unidos desde 199 y a América Latina y Sudáfrica desde tan sólo 279 euros. La oferta incluye cuatro rutas en código compartido con **British Airways**: Dubai, Nairobi, Bangkok y Singapur.

La compra puede realizarse entre el 8 y el 16 de enero y los viajes se entre el 15 de enero y el 17 de junio de 2011

Iberia lanzó al mercado un millón de plazas a precios muy económicos para que nadie renuncie a viajar en el primer semestre de este año.

Se podían adquirir billetes de avión para volar a **destinos nacionales** a precios que oscilan entre los 29 y 39 euros por trayecto y a Europa desde 39 y 59 euros trayecto.

También sus **vuelos de largo radio** ofreciendo billetes a gran parte de sus destinos incluidos los de reciente incorporación desde 199, 279 y 339 euros por trayecto.

Y con motivo de la fusión de Iberia y British Airways esta promoción incluía **cuatro rutas en código compartido con British Airways**; Dubai y Nairobi desde 279 euros y Bangkok y Singapur para volar desde 339 euros el trayecto.

Estos precios fueron válidos para vuelos operados por Iberia, British Airways o American Airlines (excluidos, por tanto, los vuelos IB8000, operados por Iberia Regional/Air Nostrum). La compra se podía realizar hasta el 16 de enero, e iniciar el viaje entre el 15 de enero y el 17 de junio. En todos los casos es necesario comprar el billete de ida y vuelta.

Estrena dos nuevos destinos en Brasil: Fortaleza y Recife



* Con estas nuevas rutas, Brasil se consolida como el destino de Iberia más importante en Latinoamérica

Iberia comenzará a volar a Fortaleza y Recife (Brasil) el próximo mes de febrero, ofreciendo tres vuelos semanales (los martes, viernes y domingos) operados por los Airbus A340/300, con capacidad para 254 pasajeros.

Con estos nuevos vuelos a Fortaleza y Recife, espera transportar 80.000 pasajeros en el primer año. Brasil se consolida como el destino más importante de **Iberia** en Latinoamérica y el de mayor crecimiento el próximo año. Actualmente, **Iberia** ofrece dos frecuencias diarias entre Madrid y Sao Paulo, y un vuelo diario a Río de Janeiro.

IBERIA

Nuevo servicio de obtención de la tarjeta de embarque en su página web

* Para vuelos en código compartido o en conexión operados por otras 29 compañías

Iberia ha estrenado un nuevo servicio en *Iberia.com*, el Through Check-in. Con este nuevo servicio los clientes de la compañía pueden realizar el auto check-in online en *iberia.com* para vuelos en código compartido o en conexión con otras 29 aerolíneas.

El servicio está disponible con las 11 aerolíneas que junto con Iberia forman la alianza oneworld, American Airlines, British Airways, Cathay Pacific, Finnair, Japan Airlines, LAN, Malev, Mexicana de Aviación, Qantas, Royal Jordania y S7. Además de con 17 compañías más: Jet Airways, Avianca, COPA, Aer Lingus, Bulgaria Air,

Meridiana, Laca, Swiss International Airlines, El Al, Binter Canarias, Czech Airlines, Ukraine International Airlines, Pluna, Tarom, SN Brussels, TACA y TAP.

Diariamente más de 20.000 clientes de la aerolínea realizan el auto check-in online, y más de 1.500 realizan el embarque por teléfono móvil. En *iberia.com* se puede emitir la tarjeta de embarque desde el día anterior hasta dos horas antes de la salida programada del vuelo. De esta forma, si no se factura equipaje se ahorra tiempo de espera en el aeropuerto, puesto que se puede ir directamente a la puerta de embarque.



IBERIA

La demanda en los vuelos a Latinoamérica aumentó el pasado noviembre un 17 por ciento

- * En las rutas de largo radio el tráfico creció un 13,9% respecto al mismo mes del año anterior
- * En el conjunto de la red la demanda creció un 7,9% respecto a noviembre de 2009
- * En el acumulado del año la ocupación se sitúa en un 82,6%, lo que supone 2,7 puntos porcentuales más que el año pasado

Los datos de tráfico del mes de noviembre de Iberia, en el conjunto de la red y el número de pasajeros-kilómetro transportados (PKT) se incrementó un 7,9%, con un aumento del 8,5% en el volumen de oferta, medida en asientos-kilómetro ofertados (AKO), situándose el coeficiente de ocupación en el 77,4%, 0,4 puntos porcentuales menos que el año anterior. El ingreso de pasaje unitario continúa superando al de 2009, gracias al aumento de pasajeros en las *clases Business* en los vuelos de largo radio.

En el sector de largo radio el tráfico aumentó un 13,9% con relación a 2009, con una subida del 17,0% en el volumen de oferta, y un descenso de 2,1 puntos en el coeficiente de ocupación, que se situó en el 80,2%. En el conjunto de Latinoamérica los AKO aumentaron un 21,1%, con crecimientos importantes en los principales destinos de la compañía, mejorando la demanda un 17,2%. El coeficiente de ocupación alcanzó el 80,6%, 2,7 puntos menos que el año anterior. En los vuelos de América del Norte el nivel de ocupación descendió 0,6 puntos y se situó en el 79,3%, al

disminuir la demanda (-0,6%) con una oferta similar a la de noviembre de 2009.

En Europa geográfica el coeficiente de ocupación subió 0,2 puntos con relación al año anterior, hasta alcanzar el 72,4%, con descensos del 1,8% en la demanda y del 2,0% en la capacidad ofertada. Si se consideran únicamente los vuelos europeos con origen o destino Madrid, los PKT y AKO disminuyeron un 2,3% y un 2,5%, respectivamente, subiendo el nivel de ocupación 0,2 puntos. En África y Oriente Medio el nivel de ocupación mejoró 3,2 puntos, alcanzando el 76,6%, con un ajuste del 1,5% en los AKO y un incremento del 2,8% en los PKT.

En el sector doméstico el coeficiente de ocupación mejoró 2,4 puntos respecto al año anterior, alcanzando el 69,2%, con descensos del 11,3% en la capacidad ofertada y del 8,1% en el tráfico. En los enlaces entre Barcelona y Madrid el nivel de ocupación mejoró 5,5 puntos porcentuales respecto al año anterior, al descender la oferta y la demanda un 10,8% y un 2,6%, respectivamente.





TU VIAJE EMPIEZA EN EL AEROPUERTO

En Aena trabajamos para que el paso por nuestros aeropuertos sea una experiencia agradable y llena de posibilidades.

Por esta razón, mejoramos permanentemente nuestras instalaciones, con mejores infraestructuras y nuevos servicios.

Como las nuevas terminales de los Aeropuertos de Alicante y Santiago, que se pondrán en servicio en 2011 y supondrán una profunda transformación en ambos aeropuertos. Todo lo que necesitas para conocer estas nuevas infraestructuras, sus nuevos accesos y servicios, lo encontrarás en nuestro stand de Fitur.



Nueva terminal del Aeropuerto de Alicante



Nueva terminal del Aeropuerto de Santiago

Infórmate antes de viajar:



902 404 704
(+34) 91 321 10 00



www.aena.es

Aena en FITUR.

Pabellón 10, stand 10D01A.



Aena

Aeropuertos Españoles
y Navegación Aérea



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE FOMENTO

ACORTAMOS DISTANCIAS. ACERCAMOS PERSONAS.

www.fomento.es

Nuevo vuelo diario Dubai-Ginebra



Emirates estrechará sus vínculos con Suiza el próximo 1 de junio de 2011 con el lanzamiento de su nuevo servicio diario non-stop entre Dubai y Ginebra.

Ginebra, se convertirá en el 111º destino internacional de **Emirates** y en la 26ª destino de la aerolínea en Europa.

"Suiza forma parte de la red de **Emirates** desde 1992, año en el que empezamos a volar entre Dubai y Zurich. El anuncio de que Ginebra será nuevo destino europeo subraya nues-

tro compromiso con este importante país," señaló Su Alteza el Sheikh Ahmed bin Saeed Al-Maktoum, Presidente y Jefe Ejecutivo de la aerolínea **Emirates** y del Grupo Emirates.

El servicio se operará con una combinación de dos aviones, un Boeing 777-200LR y un Boeing 777-300ER, ambos con configuración de tres clases y que ofrecerán Suites Privadas en *Primera Clase*, asientos totalmente reclinables en *Clase Business* y una cabina espaciosa en *Clase Económica*.

Los pasajeros de todas las clases podrán disfrutar del sistema de entretenimiento de a bordo de **Emirates**, Digital Widescreen, que ofrece más de 1.200 canales con los últimos éxitos de taquilla cinematográficos, programas de TV y música de todo el mundo.

Además, los pasajeros pueden disfrutar de las delicias de un menú gourmet servido por el personal de cabina de **Emirates**, procedente de más de 120 países incluida Suiza.

Emirates actualmente ofrece un servicio diario doble entre Dubai y Zurich. ☺



FINNAIR

Estrena logotipo y renueva su imagen

* *La compañía aérea renueva su identidad corporativa, tanto en el diseño exterior e interior de sus aviones, como en los uniformes de la tripulación y el servicio a bordo*

Finnair ha estrenado su nueva identidad corporativa, con una renovación que afecta tanto al logotipo de la compañía aérea como a todo su diseño global, incluyendo tanto el exterior y el interior de los aviones, los uniformes de la tripulación y el servicio a bordo de **Finnair**. La renovación total se hará de forma progresiva durante los próximos años. La flota de **Finnair** de larga distancia lucirá la nueva imagen en 2011 y en el año 2013 la nueva identidad habrá sustituido por completo a la antigua.

La nueva imagen de **Finnair** presenta un diseño más actual, moderno y dinámico que la anterior, aunque sin romper la línea original que ha identificado a la compañía aérea durante décadas. El logotipo oficial sigue siendo de color azul oscuro, pero combinado ahora con tonos en blanco y plata para conseguir una imagen diferenciada. ☺



AL VUELO

► **Air France** a partir del 27 de marzo de 2011, comenzará a operar una nueva ruta entre París-Charles de Gaulle y Phnom Penh, la capital camboyana.

Los tres vuelos semanales entre París y Phnom Penh, con escala en Bangkok, serán operados con un Airbus A340-300 equipados con 275 asientos (30 en *Affaires*, 21 en *Premium Voyageur* y 224 en *turista*), y durante el verano de 2011, con un Boeing 777-200 con 309 asientos (35 en *Affaires*, 24 en *Premium Voyageur* y 250 en *turista*). ☺



► **TAM Airlines** ha recibido un nuevo Airbus A320 con capacidad para transportar hasta 174 pasajeros, el nuevo avión está configurado con una clase única. Ahora, son 139 modelos de Airbus, (26 A319, 86 A320, 7 A321, 18 A330 y 2 A340), 7 de Boeing (4 B777-300ER y 3 B767-300) y 5 ATR-42, utilizados por Pantanal. Con la incorporación de un nuevo Airbus, **TAM** cierra el año con 151 aeronaves en su flota, una de las más avanzadas del mercado global y con el mayor número de aviones de pasajeros en Brasil. En 2010, incluyendo los cinco ATR-42 de Pantanal, **TAM** incorporó 19 aeronaves.

Contará con 168 aeronaves a finales de 2014, de acuerdo con su plan de flota. En ese periodo, además de la llegada de nuevas aeronaves Airbus, está prevista la incorporación de hasta seis Boeing B777-300ER. ☺

► **TAM** y **US Airways** han firmado un acuerdo de código compartido que aumenta las opciones de itinerarios para sus clientes que vuelan a América del Sur y del Norte. Con nuevas opciones de vuelos internos en los Estados Unidos a partir de las bases de la compañía en Miami, Nueva York y Orlando. Inicialmente se ofrecerán trayectos (de ida y vuelta) entre Miami y Filadelfia, Nueva York y Phoenix, Orlando y Phoenix, Orlando y Filadelfia, Orlando y Washington.

Como el acuerdo de codeshare entre las dos compañías es bilateral, ambas líneas aéreas podrán comercializar asientos en los vuelos operados por cada una de ellas. ☺

► **Air Berlin PLC** y **ICBC Financial Leasing Co. Ltd.** firman un acuerdo para 18 aviones. El acuerdo incluye aviones nuevos y de segunda mano para trayectos de corta distancia, equipados con motores CFM. El volumen total del acuerdo asciende a aproximadamente 700 millones de dólares.

Esta transacción se compone de dos partes: de una venta de cuatro Boeing 737-800 y seis Airbus A320-200 y un sale-and-lease-back de dos Airbus A319-100, dos A320-200 y cuatro Boeing 737-800. Tras una formalización parcial en septiembre de 2010, ambas empresas tienen previsto concluir estas transacciones en 2011 y 2012. ☺

AL VUELO

► **Garuda Indonesia**, la compañía de bandera de Indonesia, ha firmado un protocolo de acuerdo para unirse a la alianza *SkyTeam* en 2012. **Garuda** permitirá a *SkyTeam* aumentar su presencia en el sudeste asiático, añadiendo 30 nuevos destinos a su red.

Para la alianza, la llegada de **Garuda** representa una buena oportunidad de desarrollo en esta parte del mundo. **Garuda** propone una amplia red doméstica y regional, y ofrece una cobertura adicional y mejores conexiones hacia la zona Asia-Pacífico. Surabaya en el este de Java, Medan en el norte de Sumatra o Perth en Australia.

Garuda ya coopera estrechamente con Korean Air, Vietnam Airlines, China Southern y China Airlines y establecerá acuerdos adicionales de código compartido con otras socias de *SkyTeam*. El proceso de adhesión que le permitirá entrar definitivamente en *SkyTeam* deberá completarse en 2012. ☉

► **LAN Airlines**, ha firmado un pedido para la adquisición de 50 aviones de la nueva ecoeficiente Familia A320 – el pedido más grande que una sola compañía aérea ha realizado a Airbus en Latinoamérica.

El deseo de incrementar su flota de la Familia A320 ya se hizo público tras el anuncio del Acuerdo de Intenciones firmado el pasado mes de julio durante la celebración del Salón Aeronáutico Farnborough. Este pedido de aviones de la Familia A320 forma parte de la estrategia de crecimiento de la compañía en Latinoamérica y servirán de reemplazo de aviones antiguos en rutas existentes y para la apertura de nuevas rutas. **LAN** ha elegido, además, Sharklets para los A320, que comenzarán a ser entregados a partir de 2013.

El compromiso incluye 10 aviones A321, un nuevo tipo de avión para la compañía chilena. ☉

► **Aerolíneas Argentinas**, ha firmado un protocolo de acuerdo para incorporarse a *SkyTeam* en 2012. **Aerolíneas** será así la primera compañía sudamericana miembro de *SkyTeam* y añadirá 38 nuevos destinos a la red de la alianza.

La incorporación a *SkyTeam* de **Aerolíneas Argentinas** –primera compañía miembro de América del Sur– está perfectamente en línea con la estrategia de expansión de la alianza. Así, la red de *SkyTeam* se enriquecerá con numerosos nuevos destinos en el hemisferio sur.

► **Aerolíneas Argentinas** ha lanzado un plan a largo plazo destinado a ampliar y redinamizar sus actividades, basándose fundamentalmente en la renovación y la racionalización de la flota, añadiendo nuevos destinos internacionales claves como Nueva York y Londres, la densificación de su red doméstica y regional, así como la mejora de la calidad y de la coherencia de su producto. ☉

► La nueva base de **Vueling** en Toulouse, será la octava de la compañía y primera fuera de España después de su fusión en julio de 2009 con Clickair. Sus operaciones en Toulouse contarán con cuatro destinos directos totalmente nuevos (Pisa, Venecia, Ibiza y Málaga) y nuevos enlaces con Barcelona, Ámsterdam y París. ☉



Ofrecerá vuelos entre 3 ciudades españolas y Seattle el próximo verano

* *2 frecuencias semanales desde Barcelona, Madrid y Bilbao vía Frankfurt*



A partir del mes de junio de 2011, **Condor** volará por primera vez *nonstop* desde Frankfurt a Seattle con una frecuencia de dos vuelos semanales, los lunes y jueves. La capital del estado de Washington, cuyo Aeropuerto Internacional de Seattle-Tacoma es el hub de Alaska Airlines (socio de **Condor**), se convierte así en el cuatro nuevo destino de la aerolínea alemana para el verano de 2011. Gracias al acuerdo con Lufthansa, los clientes de **Condor** en España pueden viajar a este nuevo destino desde Madrid, Barcelona y Bilbao.

“En **Condor** estamos siempre buscando nuevos destinos interesantes para nuestros pasajeros”, señala Carsten Sasse, Director de Marketing de **Condor** para España. “Seattle ofrece la posibilidad de disfrutar de numerosas actividades, tanto en plena naturaleza como en la ciudad. Además, nuestro socio Alaska Airlines une esta capital con otras importantes metrópolis de la Costa Oeste americana y del Pacífico”, añade.

Seattle es conocida por el sobrenombre de “Emerald City” (ciudad esmeralda) por sus frondosos bosques verdes. Precisamente por su ubicación al pie de las montañas Cascade y su cercanía con el océano Pacífico, la ciudad es el perfecto punto de partida para travesías y viajes de aventura así como para embarcar en cruceros con destino a Alaska. Además, Seattle cuenta con una agitada vida cultural.

Las reservas pueden realizarse a través de agencias de viajes, en www.condor.com o llamando al número de teléfono 902 517 300. ☉



Amplía su acuerdo de distribución full content con Amadeus hasta finales de 2013

* *El acuerdo, antes de ámbito europeo, se amplía para dar cobertura a las agencias de viajes usuarias del sistema Amadeus en todo el mundo*

Alitalia y Amadeus, compañía de procesamiento de transacciones para el sector del viaje y el turismo, firmaron un contrato de distribución *full content* (distribución íntegra de tarifas) hasta finales de 2013. El acuerdo amplía el acceso garantizado a toda la gama de tarifas, horarios e inventario de **Alitalia** a través del sistema Amadeus, y deja de ser de ámbito europeo para dar cobertura a las agencias usuarias de **Amadeus** en todo el mundo.


Este acuerdo de *full content* o distribución íntegra de tarifas garantiza que los precios disponibles a través del sistema Amadeus son los mismos que en cualquier otro canal de venta de la aerolínea, como por ejemplo, su propia página web, y que **Alitalia** no aplicará una comisión de distribución a las agencias de viajes usuarias de **Amadeus**. ☉

Continúa su recuperación económica y comercial

Los resultados operativos de **Aerolíneas Argentinas**, acumulados hasta el pasado octubre,




muestran un crecimiento continuado de la oferta de asientos, la mejora del producto y una respuesta positiva por parte de los viajeros.

Durante el período comprendido entre enero y octubre de 2010, el tráfico de pasajeros medido en pasajeros-kilómetro transportados (RPKs) fue de 11.322.000, lo que representa un incremento del 22,8% respecto al mismo período del año anterior, mientras que la capacidad, medida en asientos-kilómetro ofrecidos (ASKs), fue de 15.635.340, lo que supone un aumento del 20,1%. Como resultado, el factor de ocupación creció 1,62 puntos porcentuales situándose en 72,48%. 

AEROLINEAS ARGENTINAS


AL VUELO

► **KLM** abrirá una nueva ruta al Aeropuerto Internacional de Xiamen, en China, a partir del 27 de marzo de 2011. **KLM** es la primera aerolínea que ofrece vuelos directos entre Xiamen y Europa.


El nuevo servicio será operado tres veces por semana. El vuelo KL883 saldrá de Schiphol, el aeropuerto de Ámsterdam, los martes, jueves y domingos, volviendo de Xiamen al día siguiente. El vuelo de vuelta, KL884, despegará del Aeropuerto Internacional de Xiamen los lunes, miércoles y viernes, llegando a Ámsterdam el mismo día. Los vuelos serán operados en Boeing 777-200ER, con capacidad para 318 pasajeros: 35 en clase *World Business* y 283 en *Economy*. 

► **Finnair** extenderá su cooperación en código compartido con **American Airlines** y empezará a volar a Chicago el próximo verano de 2011. La nueva ruta aumenta la red de **Finnair** en Estados Unidos, donde ya opera con vuelos diarios a Nueva Cork. También en colaboración con **American Airlines**, **Finnair** vuela a otros destinos americanos como Boston, Washington, Seattle, San Francisco, Los Angeles y Miami.

El nuevo vuelo de **Finnair** a Chicago saldrá de Helsinki a las 14:00 llegando a la ciudad americana a las 15:20h, hora local. Desde Chicago, el vuelo saldrá a las 15:40h, aterrizando en Helsinki a las 08:30h, hora local.

Desde España, además, **Finnair** vuela vía Helsinki a nueve destinos en Asia: Pekín, Shanghai, Hong Kong, Tokio, Osaka, Nagoya, Delhi, Seúl y Bangkok. A partir de mayo de 2011 se abrirá una nueva ruta a Singapur con vuelos diarios vía Helsinki. 

► **Delta Air Lines** ha anunciado la instalación de acceso inalámbrico a Internet en 223 jets que operan vuelos regionales de **Delta Connection**, lo que supone un incremento del 40% en el número de aviones de **Delta** que ofrecen el servicio de Internet Gogo Inflight. **Delta** será la primera aerolínea doméstica en ofrecer acceso inalámbrico en todos los aviones con cabina de dos clases que operan sus vuelos principales y regionales.

Delta ha completado la instalación del WiFi en todos los aviones de su flota principal de vuelos domésticos a principios de diciembre. La instalación del acceso inalámbrico en los jets de **Delta Connection** empezará en enero y se completará a finales de 2011. Una vez terminada, los clientes de todos los vuelos domésticos de **Delta** con cabina de *Primera Clase* podrán disfrutar de conexión WiFi, incluidos en los servicios lanzadera de **Delta** entre el aeropuerto de Nueva York-La Guardia y Boston y entre Chicago-O'Hare y Washington, D.C. 



Introduce el Boeing 777 en sus vuelos a Madrid


The logo for Qatar Airways, featuring the word "QATAR" in a stylized font with Arabic calligraphy below it, and a red and white falcon emblem to the right.

* *Aviones de largo alcance en sus vuelos entre Doha y la capital española*

Qatar Airways, introduce a partir del 1 de enero de 2011, y por primera vez en España, su buque insignia el Boeing 777 en su vuelo diario sin escalas entre Madrid y Doha.

El Boeing 777-300 Extended Range dispone de 42 asientos en *Clase Business* y 293 en *Clase Turista* y ofrece una mayor capacidad que el Airbus A330 que actualmente cubre esta ruta.

Con este cambio los pasajeros que vuelan de Madrid, vía Doha, a destinos como Melbourne, Tokio, Bangkok, Singapur, Shanghai, Beijing o Bali podrán viajar y disfrutar durante todo el trayecto de uno de los aviones más modernos y ultra cómodos de la flota de **Qatar Airways**.

El Boeing 777 de dos cabinas ofrece una configuración 2-2-2 en *Clase Business*, con una distancia entre los asientos de 198.1 cm. Cada asiento se reclina 180 grados convirtiéndose en una cama horizontal. El avión también dispone de una generosa configuración 3-3-3 en *Clase Turista* con una separación entre asientos de 86.4 cm. Todos los asientos cuentan con una pantalla de televisión individual táctil con más de 900 canales de entretenimiento interactivos de audio y video, independientemente de la clase en la que se vuela. 





Nadie invierte tanto en pasar desapercibido.

En Iberia nos hemos comprometido a desarrollar una tarea constante de ayuda a la protección y conservación de los entornos naturales para garantizar la sostenibilidad del medio ambiente. Por eso, en los últimos años hemos reducido considerablemente el consumo específico de combustible y las emisiones de CO₂, y todos nuestros aviones cumplen con los estándares vigentes de ruido según la Organización de Aviación Civil Internacional. Además, aseguramos la correcta gestión de las aguas, residuos y vertidos. Todo, para que nuestro trabajo esté en armonía con el medio ambiente.



iberia.com



A320neo con motor CFM.

Nuevos motores para la Familia A320 que ahorran más combustible



* *Hasta el 15% de reducción de combustible con los nuevos motores que Airbus pone a disposición de sus clientes*

Airbus pone una nueva opción de motores para la Familia A320 que ofrecen un mayor ahorro de combustible. Las compañías pueden elegir entre el motor LEAP-X de CFM Internacional y el PurePower PW1100G de Pratt & Whitney. Con el nombre de A320neo, esta nueva opción incorpora, además, los nuevos dispositivos aerodinámicos que contribuyen al ahorro de combustible –los Sharklets–. **Airbus** comenzará la entrega de los A320neo a partir de la primavera de 2016.

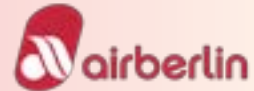
El A320neo no solo ofrece un ahorro de combustible que puede llegar al 15%, equivalente a un ahorro anual de 3.600 toneladas de CO₂ (por cada uno de ellos), sino que además, los clientes se beneficiarán de una reducción de emisiones de CO₂ y NO_x, motores más silenciosos, menores costes operativos y un aumento del alcance de 500 millas náuticas (950 kilómetros) o el equivalente a dos toneladas más de capacidad de carga de pago.

A medida que la nueva tecnología en motores sigue desarrollándose, **Airbus** se compromete a ofrecer a

sus clientes la tecnología ecoeficiente más avanzada para que el rendimiento del avión sea cada vez mayor al tiempo que se reduce el impacto medioambiental. **Airbus** prevé que, en los próximos 15 años, el mercado va a demandar unos 4.000 aviones de la Familia A320neo.

El nuevo modelo de motor está disponible para los aviones A321, A320 y A319 sin que requieran grandes modificaciones, solo en el ala y en la zona del pylon. La estructura del A320neo ofrecerá un 95% de comunalidad con la actual Familia A320.

Airbus ha lanzado sus nuevos "Sharklets" más grandes, especialmente diseñados para mejorar la eco-eficiencia y las características carga de pago-alcance de la Familia A320. Ofrecido como equipamiento de serie, se espera que los Sharklets contribuyan a reducir, como mínimo, el 3,5% del consumo de combustible en rutas de larga distancia. El A320 será el primer modelo configurado con Sharklets que será entregado a finales de 2012, seguido de otros modelos de la Familia A320 a partir de 2013. ☺



Desde febrero también vuelos a Londres Gatwick

Después de Stansted, Gatwick se convertirá en el segundo aeropuerto de **airberlin** en Londres. A partir del 7 de febrero **airberlin** volará desde Hanóver y Nuremberg al aeropuerto del sur de Londres. El número de conexiones semanales desde ambos aeropuertos a Londres se mantiene estable. Así desde febrero hasta octubre 2011, volará desde Nuremberg a Gatwick con dos vuelos diarios de lunes a viernes y los domingos con un sólo vuelo. Desde la capital de Baja Sajonia, los pasajeros también podrán volar diariamente dos veces, seis días a la semana (los sábados con un sólo vuelo).

Los vuelos desde Hanóver y Nuremberg a Londres Gatwick ya se pueden reservar por Internet (airberlin.com), las 24 horas en el Centro de atención al cliente de la compañía (Tel. 902 320 737, 0,09 €/min.), y en agencias de viajes. Los billetes están disponibles desde 39€ por trayecto incluidos impuestos, tasas y millas topbonus, pero excluida la tasa aérea. ☺



Lufthansa

Mayor confort en vuelos europeos

* *La flota de los vuelos de corta y de media distancia renueva su cabina*

Lufthansa instalará alrededor de 32.000 nuevos asientos en más de 180 aviones de su flota europea en tan solo un año, creando una nueva experiencia de vuelo y asegurando el bienestar del pasajero. Gracias a un respaldo más fino y a un asiento optimizado ergonómicamente, los viajeros obtendrán más de cuatro centímetros de espacio añadido en las piernas. Dentro del nuevo concepto de servicio a bordo de **Lufthansa**, los clientes de *Economy Class* podrán disfrutar de nuevo de snacks, como por ejemplo barritas de muesli o chocolate, incluso en vuelos nacionales. ☺

Nuevo año, nuevas experiencias.



p.ej. relajarse en las Seychelles desde **399 €**

Precio final por trayecto

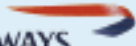
Volar es nuestra pasión.

Realice sus reservas en todos los GDS con billete electrónico.
Más información: 902 517 800, servicecenter-spain@condor.com



Condor
www.condor.com

BRITISH AIRWAYS



Refuerza su presencia en Málaga

* De cara a la temporal de verano 2011, British Airways operará 4 vuelos de ida y vuelta desde Málaga al aeropuerto de Londres Gatwick, en lugar de los 2 actuales

Como parte del nuevo calendario de vuelos para la temporada de verano 2011 que comienza el 27 de marzo, **British Airways** ha decidido reforzar su presencia en Málaga ampliando su oferta. Por este motivo a partir del próximo año, serán 4 y no 2 los vuelos de ida y vuelta que operarán entre la ciudad andaluza y el aeropuerto de Gatwick, situando en un total de 28 las frecuencias semanales disponibles entre ambas ciudades.

Los vuelos serán operados por aviones Boeing 737 o Airbus 319 y ofrecerán a bordo todo el servicio que caracteriza a **British Airways**. Las cabinas *club Europe* y *Euro Traveller* (*Business* y *económica* para corto recorrido, respectivamente) estarán disponibles, así como otros servicios tanto en tierra como en destino.

Los vuelos de **British Airways** incluyen catering a bordo, facturación online, franquicia de equipaje y selección de asiento 24 horas antes de la salida del vuelo, todo ello de forma gratuita. Los billetes podrán comprarse a través de ba.com.



AIRFRANCE

Nuevos destinos para el A380 -Washington y Montreal

En junio de 2011, **Air France** operará el A380 a 5 destinos desde París-Charles de Gaulle: Nueva York-JFK, Johannesburgo, Tokio, Montreal y Washington.

En estas rutas de fuerte tráfico, gracias al A380, **Air France** puede racionalizar sus frecuencias, combinando dos vuelos con horarios de salidas próximas, ofreciendo el mismo número de asientos pero con una reducción de costes del 20%. La cabina principal del A380 equivale a la capacidad de la de un Boeing 777-200, y la cabina superior a la de un Airbus A340-300.

El A380 de **Air France** está actualmente equipado con 538 asientos, repartidos en tres clases: La *Première* (Primera Clase), con nueve asientos en el puente principal, *Affaires*

(Negocios) con 80 en el puente superior, y *Voyageur* (Turista) con 449 asientos, repartidos entre los dos puentes. A partir del verano de 2011, los A380 serán progresivamente equipados con la clase *Premium Voyageur*, situada entre las clases de negocios y turista, ofreciendo 9 asientos en *Première*, 80 en *Affaires*, 38 en *Premium Voyageur* y 389 en *Voyageur*.

A partir del 6 de junio de 2011, el A380 de **Air France** asegurará una conexión diaria entre París y Washington DC.

La capital federal de los Estados Unidos será así el segundo destino a los Estados Unidos operado por un superjumbo de la compañía, tras Nueva York, lanzado hace un año.

Vuela a Miami

* Con cinco vuelos semanales a partir del próximo Verano



Miami será el segundo destino norteamericano con vuelos **TAP**. Cinco vuelos semanales desde Lisboa a la más emblemática ciudad del Estado de Florida, destino que es también principal punto de distribución del tráfico de pasajeros entre América Central, Caribe y Europa.

TAP espera aumentar el número de pasajeros entre Europa y Miami, reforzando la competitividad de su Hub en Lisboa y el tráfico de sus líneas europeas.

Actualmente **TAP** opera vuelos directos desde Lisboa y Oporto a Estados Unidos (Nueva York-Newark), ofreciendo siete frecuencias desde Lisboa y tres desde Oporto en Verano, siendo cinco y dos respectivamente en invierno.

Al finalizar 2010, **TAP** habrá transportado cerca de 175.000 pasajeros entre Portugal y EUA, lo que representa un crecimiento de 11% sobre el año anterior. En 2011, con la inauguración de la nueva línea a Miami, el número total de pasajeros podrá ser incrementado significativamente.





AIRBUS

AL VUELO

► **Alitalia**, llevo el pasado año la cocina italiana a lo más alto y ha sido galardonada con el premio "Best Airline Cuisine" por los lectores de la revista Global Traveler.

El programa "GT Tested reader Survey Awards", en su séptima edición anual, ha encuestado a más de 25.000 viajeros para determinar lo mejor en el sector negocios y viajes de lujo durante el 2010. La entrega del premio se realizará en la ciudad de Nueva York.

En 2010, **Alitalia** ha introducido la cocina regional en Clase Magnifica gracias a una amplia iniciativa para ofrecer a los clientes una autentica experiencia Italiana. Además de los menús, en rotación cada 3 meses, incorporando en los platos servidos a bordo productos de denominación de origen. ☉



► **Swiss International Air Lines** registró un beneficio operativo de 232 millones de Francos Suizos (CHF) durante los primeros nueve meses de 2010, una considerable mejora comparada con el mismo periodo del año anterior en el que se obtuvo un beneficio de 113 millones/CHF. Los ingresos totales provenientes de actividades de explotación alcanzaron los 3.530 millones de Francos Suizos, una mejora del 9% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior donde se registraron unos ingresos de 3.236 millones de Francos Suizos.

Tras haber obtenido un beneficio operativo de 61 millones de Francos Suizos durante la primera mitad del año, **Swiss** ha alcanzado en el tercer trimestre (Julio-Septiembre), un beneficio operativo de 171 millones de Francos Suizos (en el tercer trimestre de 2009 se alcanzaron los 47 millones/CHF). El negocio de carga de **Swiss WorldCargo** ha mostrado una tendencia positiva durante dicho tercer trimestre.

En los servicios de larga distancia **Swiss** está apreciando una recuperación en la demanda de asientos para clase *First* y *Business*.

Swiss aumentará su flota a partir de 2012, añadiendo cinco Airbus A330-300, dos Airbus A320 y dos Airbus A321.

En la actualidad, **Swiss** ha encargado un total de 45 nuevos aviones. ☉

► **Air France** recibió el pasado 9 de diciembre una nueva versión del Boeing 777-300ER con capacidad para 383 pasajeros y equipada con tres clases: *Affaires* (Negocios) de 42 asientos, *Premium Voyageur* con 24 asientos y *Voyageur* (Turista) con 317 asientos.

Air France ha pedido once aviones de este modelo, de los cuales recibirá cuatro hasta mayo de 2011. ☉

Comienza la producción de elementos del A350 XWB en España

Airbus celebró el comienzo de la producción en España, de los componentes de la primera pieza de vuelo para el A350 XWB – la nueva familia de Airbus de tamaño medio y fuselaje ancho. Domingo Ureña, presidente de **Airbus España**, y Miguel Sebastián, ministro español de Industria, Turismo y Comercio, dieron luz verde a la producción de la planta de Illescas.

La producción del programa A350 XWB en Illescas se suma a la de otras plantas de Airbus: Stade, en Alemania, ha comenzado la producción del revestimiento de la cubierta superior del ala; Nantes, en Francia, ha comenzado el montaje de la caja central del ala; y la nueva planta de Filton, Reino Unido, se encarga de los sistemas del tren de aterrizaje.

La planta de Illescas produce, también, la sección 19 del fuselaje para el A350 XWB. Esta parte es una sección en barril de una sola pieza de CFRP. Otras plantas de **Airbus** en España fabrican elementos clave del A350 XWB: el empenaje horizontal, la sección 19.1, la unidad auxiliar de potencia (APU), y el carenado ventral (belly fairing).

"El proyecto A350 XWB supone un hito histórico para la industria aeronáutica española que se va a traducir en más de 4.450 puestos de trabajo y una actividad económica valorada en 4.560 millones de euros.

La planta de **Airbus** en Illescas está especializada en la automatización de los procesos de producción de grandes superficies de sustentación y secciones de fuselaje, fabricadas con materiales compuestos avanzados. En el nuevo edificio de 45.000 m² se va a llevar a cabo el revestimiento inferior del ala, de 32 por 7 metros, en plástico reforzado con fibra de carbono (CFRP), uno de los componentes de CFRP integrados más grandes jamás construido por **Airbus**.

La Familia A350 XWB (Xtra Wide-Body) es un nuevo producto para largas distancias disponible en tres versiones con capacidad desde 270 a 350 pasajeros en tres configuraciones típicas. Su entrada en servicio está programada para 2013 y es, actualmente, uno de los programas de mayor éxito que jamás ha existido, con un total de 573 pedidos de 35 clientes en todo el mundo. ☉



TURKISH AIRLINES

Potencia los vuelos con destino a China

* *La aerolínea inaugura la ruta a Guangzhou*

Turkish Airlines vuela tres veces a la semana desde Barcelona y Madrid a Guangzhou. Asimismo, la compañía pasa de tener 5 vuelos semanales con destino a Pekín a tener 7. La ruta desde los aeropuertos españoles incluirá el tránsito en Estambul, desde donde se abrirán los nuevos destinos.

Estas nuevas rutas vienen a sumarse a los destinos de Shangai y Hong Kong, de manera que **Turkish Airlines** potencia sus vuelos a China, un destino cada vez más emergente, no sólo a nivel turístico sino también como un centro de negocios internacional.

Estas nuevas rutas se suman a los más de 150 destinos internacionales de la compañía, que durante el 2009 se convirtió en la cuarta aerolínea más importante de Europa.

Los vuelos de los nuevos destinos estarán operados por Airbus A330, A340 y Boeing 777-300 de última generación. ☉

VUELA A POLONIA CON LOT

¡El verdadero placer de volar con todo incluido!

Te invitamos también a conocer nuestros nuevos destinos: Hanoi, Tiflis, Yerevan o Beirut.



lot.com

POLISH AIRLINES



A STAR ALLIANCE MEMBER 

COMPANÍAS AÉREAS



Continúa su expansión al incorporar nuevas rutas internacionales y europeas

* *Volverá a operar la ruta Palma de Mallorca-Oslo a partir de la próxima primavera*

SAS ampliará su red intercontinental con la incorporación de dos nuevas rutas, Oslo-Nueva York, que iniciará sus operaciones a finales de marzo de 2011. Además, a estos dos nuevos trayectos, hay que añadir el lanzamiento de 4 nuevas rutas europeas, entre ellas la conexión de Palma de Mallorca con Oslo, así como el significativo aumento de capacidad en vuelos clave de la red de corto alcance, con 150 nuevos despegues semanales.



"SAS va a incorporar un Airbus A340, al que se añadirá otro en la siguiente temporada invernal, con los que nuestra flota intercontinental estará compuesta por once aviones".

La ruta Oslo-Nueva York comenzará a operar diariamente el 27 de marzo con un Airbus A330-300 que ofrecerá 34 asientos con *clase Business*, 35 en *Economy Extra* y 195 en *clase Economy*. Por su parte, Copenhague-Shangay tendrá una frecuencia de 5 semanales con la llegada del horario de invierno de 2011, operados con Airbus A340-300 con una configuración de 46 asientos en *clase Business*, 28 en *Economy Extra* y 171 en *Economy*.

En cuanto a las nuevas frecuencias europeas, éstas serán incorporadas a la red de forma gradual durante la primavera de 2011. En comparación con el mismo periodo del año anterior, SAS ofrecerá 150 vuelos más a la semana en algunas rutas importantes para la compañía.

Igualmente, SAS añadirá nuevas rutas a su red europea, como son Oslo-Múnich, Oslo-Split, Oslo-Estocolmo y la reintroducción del vuelo entre la capital noruega y Palma de Mallorca. ●

El presidente de Aena confirma la recuperación del transporte aéreo, que se ha consolidado en 2010, con un crecimiento del 2,7% en el número de pasajeros



** Después de dos años consecutivos de descensos Madrid-Barajas, Barcelona, Málaga, Gran Canaria, Alicante y Tenerife Sur, entre otros, registraron incrementos de pasajeros*

Los aeropuertos de la red Aena registraron 192.787.860 millones de pasajeros en el año 2010, un 2,7% más respecto al año anterior. Estas cifras reflejan la consolidación de la recuperación del transporte aéreo en España tras la crisis que se inició a mediados de 2007.

El año 2010 cerró en positivo, después de dos ejercicios consecutivos de resultados negativos, a pesar de que la coincidencia de dos acontecimientos extraordinarios, como la paralización del tráfico aéreo en Europa por la nube de cenizas volcánicas en abril y el cierre del espacio aéreo español en diciembre tras el abandono masivo de sus puestos de trabajo por parte de los controladores aéreos.

Los grandes aeropuertos registraron datos positivos en sus pasajeros durante el año 2010. Así, Barcelona crece un 6,5%; Málaga un 3,8%; Gran Canaria un 3,6%; Madrid-Barajas un 2,9% y Alicante un 2,7%. 2/9

Pasajeros

Del total de 192.787.860 pasajeros que utilizaron los aeropuertos de Aena en el año de 2010 191.697.798 correspondieron a vuelos comerciales y, de ellos, 76.644.536 fueron de vuelos nacionales y 115.053.262, de vuelos internacionales.

El Aeropuerto de Madrid-Barajas es el que registra más pasajeros del conjunto de la red de Aena, con 49.863.504, seguido de los aeropuertos de Barcelona con 29.209.595, Palma de Mallorca con 21.117.270, Málaga con 12.064.616, Gran Canaria con 9.486.035, Alicante con 9.382.935 y Tenerife Sur con 7.359.150.

Operaciones

Los aeropuertos de Aena sumaron un total de 2.116.512 operaciones en el año 2010, lo que supone un descenso del 2,4% respecto al año 2009. De estos movimientos, 1.824.371 son vuelos comerciales, de los que 921.072 fueron nacionales y 903.299 tuvieron carácter internacional. Respecto al tipo de vuelo, 1.617.134 fueron regulares y 179.527, chárter.

Por aeropuertos, los tres primeros son: Madrid-Barajas con 433.683, Barcelona con 277.832 operaciones, Palma de Mallorca con 174.63.

El mayor crecimiento porcentual respecto al número de operaciones se da en el Aeropuerto de Lanzarote (8,7%), seguido de los aeropuertos de Fuerteventura (8,3%), La Coruña (7%), Ibiza (6,4%), Santiago (5,4%) y Tenerife Sur (4,2%).

Movimiento de diciembre 2010

En la red de aeropuertos y helipuertos de Aena de registraron en el mes de diciembre un total de 12.221.956 pasajeros, el 2,3% menos que en el mismo periodo del año anterior. Las operaciones fueron 143.948, el 2,4% menos.



Juan Ignacio Lema, presidente de Aena, a su derecha Javier Marin, director general de Aeropuertos y a su izquierda Carmen Libreros directora de Navegación Aérea.

Tu 1º opción para una buena conexión.

Fácil, rápido y confortable.

Alemania y Europa

España

Palma de Mallorca

Cities shown: Copenhagen, Hamburgo, Rostock, Berlín, Bremen, Paderborn, Leipzig, Erfurt, Dortmund, Nuremberg, Munich, Stuttgart, Graz, Linz, Salzburgo, Klagenfurt, Innsbruck, Zürich, Saarbrücken, Baden-Baden, Colonia, Düsseldorf, Münster, Frankfurt, Hanóver, Amsterdam, Oviedo, Santiago, Bilbao, Madrid, Valencia, Sevilla, Jerez, Málaga, Almería, Murcia, Alicante, Mahón, Ibiza, Barcelona.

El Aeropuerto Internacional de Dubai, hub de Emirates, eficacia y servicios las 24 h del día



* *La T3 de Emirates, la escala con valor añadido entre España y Oriente*

Dubai es por su ubicación geográfica la escala ideal para viajar de España a Asia, Australia, Océano Índico y África. Pero su privilegiada situación en el mapa sólo es una más de las numerosas ventajas que Emirates ofrece a sus pasajeros en la T3 de Dubai, su terminal exclusiva.

Superlativos y servicios

Como Dubai mismo –con sus vanguardistas y revolucionarias obras maestras de ingeniería y arquitectura– el Aeropuerto Internacional de Dubai es una infraestructura superlativa y de primer orden mundial. No sólo esto: el incremento del tráfico de pasajeros de un 15% (casi 35 millones de pasajeros

utilizaron el aeropuerto entre enero y septiembre de 2010).

La T3 de Emirates – todo un referente 13.000 m² de Salas VIP

Los parámetros que rigen la T3 son la eficacia, el servicio y la variedad de oferta. Para Emirates el servicio es lo primero. Así, los pasajeros que viajan en clase Business y Primera Clase pueden disfrutar de más de 13.000m² de Salas VIP (separados en dos áreas independientes, una para cada clase). Además, las Salas VIP de Emirates en la T3 funcionan, como todo el aeropuerto, 24 horas al día y cuentan con todos los servicios y comodidades que el viajero de hoy en día pueda necesitar, además de un completo spa y una bodega de vinos selectos.

“Fast Track”

Otra de las ventajas de la T3 es el llamado “Fast Track”, que ofrece a los pasajeros de Primera Clase y Clase Business la posibilidad de pasar los controles de inmigración obligatorios en Dubai sin esperas ni colas y les garantiza la entrega del equipaje en una cinta exclusiva.

Más de 10.000 m² de tiendas

Todos los pasajeros de Emirates, independientemente de la clase en la que viajen, pueden disfrutar de numerosos servicios e instalaciones como, una oferta gastronómica de más de 20 restaurantes y bares para todos los gustos, una zona de juegos para los más pequeños y 11.000m² de tiendas “Duty Free”. Además, la T3 también cuenta

con su propio hotel, de 231 habitaciones y 22 suites, con spa, gimnasio y piscina.

Conexiones con los vuelos de/a Madrid

Dubai y la T3 de Emirates son la escala perfecta para los viajeros, por ejemplo, del vuelo diario procedente de Madrid no sólo por su amplio abanico de servicios y su eficacia, también por los ajustados tiempos de conexión con otros destinos. ☺



Suscribe un préstamo de 100 millones de euros con el Banco Europeo de Inversiones para financiar obras en los aeropuertos de Baleares



Aena ha suscrito la disposición de un crédito de 100 millones de euros, que forma parte del préstamo de 400 millones concedidos por el Banco Europeo de Inversiones (BEI) para financiar infraestructuras en los aeropuertos de Baleares.

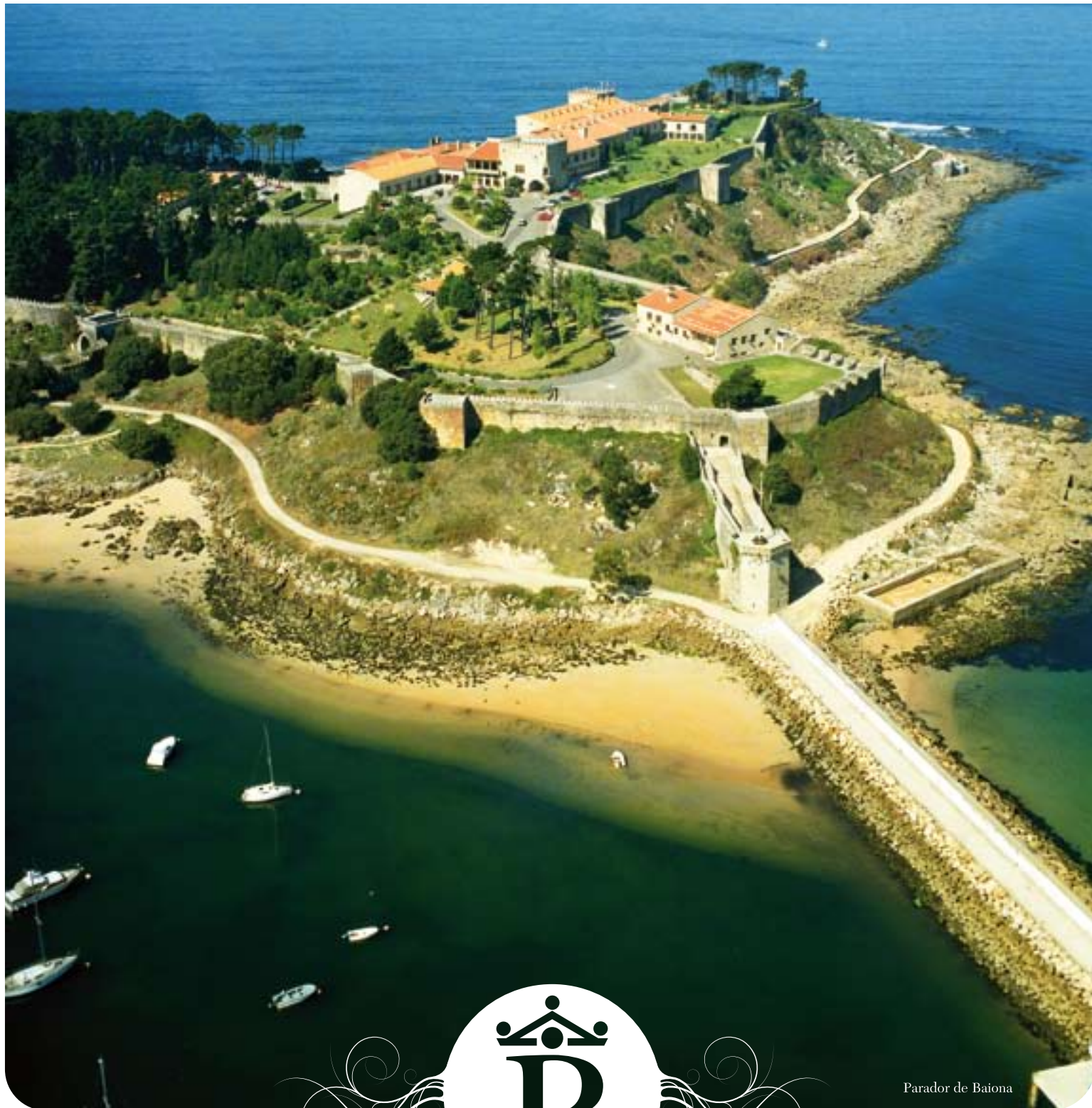
Este primer tramo de 100 millones de euros estará a disposición de Aena en los primeros meses de este año. A lo largo del próximo ejercicio se suscribirán los 300 millones restantes.

Con esta financiación se llevarán a cabo obras por valor de 800 millones de euros, ya que el BEI aporta el 50% de la inversión prevista, en los aeropuertos de Palma de Mallorca, Ibiza y Menorca en el periodo 2010-2015.

Entre las infraestructuras que se financiarán con estos fondos del BEI destaca la ampliación del módulo C del Aeropuerto de Palma de Mallorca, así como el nuevo aparcamiento; la ampliación del edificio terminal y del campo de vuelos de Menorca, y la ampliación del edificio terminal y el nuevo aparcamiento de Ibiza. ☺



Magdalena Álvarez, vicepresidenta del BEI y Juan Lema, presidente de Aena.



Parador de Baiona



**Paradores
en FITUR**

Pabellón 10
Stand 05
Pasillo D

LA MEJOR RECOMENDACIÓN
QUE PODÍAS HACER




PARADORES
COMO SIEMPRE.
HOTELES COMO NUNCA.

Y es que, Paradores es la mejor recomendación que puedes hacer. Por nuestro encanto, tradición, historia, localizaciones... Paradores siempre ha tratado de estar a la altura de las circunstancias. Así que, todo aquél que venga, se irá pensando que ha escogido la mejor opción, tanto, que agradecerá tu sugerencia.



*Jordi Porcel,
director
general de*

British Airways **UNA PRESENCIA CRECIENTE EN EL MERCADO ESPAÑOL**

A lo largo de los últimos años, la presencia de British Airways en el mercado español ha crecido en importancia, del mismo modo que España se convertía en una prioridad para la industria turística en general y para la compañía británica en particular. A destinos tradicionales como Madrid y Barcelona, se han añadido otros como Málaga, Palma de Mallorca e Ibiza, cuyo recibimiento por parte de los pasajeros ha resultado muy positivo.

Una de las grandes novedades de British Airways en los últimos años ha sido la incorporación de vuelos desde España al céntrico aeropuerto de London City, un destino que ha cobrado una gran importancia en la operación de la compañía, por su cercanía con la zona financiera de Canary Wharf, el Centro de Convenciones y Congresos ExCeL o el mismo centro de la capital británica. BA ofrece varias conexiones diarias desde Madrid y Barcelona y el próximo mes de marzo retomará sus operaciones desde las Islas Baleares.



Para más información, visite **ba.com**



Jordi Porcel, Director General Comercial de British Airways para España, Portugal y Gibraltar, destaca la creciente relevancia del mercado hispano en los planes de la compañía. *“No hay duda de que BA ha apostado por España como destino prioritario de sus operaciones y esto, además, en un periodo de gran incertidumbre para la industria aérea”.*

“El pasado mes de octubre”, continúa Porcel, “BA incrementó una frecuencia en la ruta de Barcelona a Londres Heathrow, con lo que el cliente de la ciudad condal cuenta con ocho vuelos diarios a este aeropuerto, además de los cuatro semanales a London City. Si nos referimos a nuestra oferta desde Madrid, a los siete vuelos diarios que operamos a Londres, se unen los ocho adicionales que sirve Iberia”.

En los últimos años, la amplia oferta de vuelos con Madrid y Barcelona ha sido complementada con otros destinos que han recibido una excelente acogida por parte de los pasajeros. Málaga, Palma de Mallorca e Ibiza son los tres pilares sobre los que se asienta actualmente la expansión de las rutas operadas por la compañía en España.

Dada la buena acogida de los vuelos desde Málaga y como parte del nuevo calendario de vuelos para la temporada de verano 2011 que comienza el 27 de marzo, British Airways ha decidido reforzar su presencia allí ampliando su oferta. A partir de esa fecha, serán cuatro y no dos los vuelos de ida y vuelta que operarán entre la ciudad andaluza y el aeropuerto de Gatwick, situando en un total de 28 las frecuencias semanales disponibles entre ambas ciudades.

A este hecho se refiere **Porcel**. *“Para British Airways, Málaga es una ciudad muy importante con la que estamos muy comprometidos. Estamos seguros de que el incremento de frecuencias va a ser muy bien recibido por parte de nuestros clientes.”*

También las Islas Baleares refuerzan su posición en el mapa de rutas de la compañía. Con el inicio de la temporada de verano, se volverán a poner en marcha los vuelos desde Palma de Mallorca e Ibiza que tan buena acogida tuvieron el pasado verano entre los clientes de la compañía.

Para **Porcel**, *“la presencia de British Airways en nuestro país es muy importante y nunca dejamos de explorar nuevas posibilidades allí donde nuestros clientes puedan demandarlo. Además la fusión con Iberia y el negocio conjunto con Iberia y American Airlines, nos permitirá incrementar y mejorar la oferta y los servicios que ofrecemos en España”.*





El Patronato de Turismo de Madrid recibe la "Q" de calidad turística

- * *El Patronato ha cumplido en 2010 sus 30 años de andadura*
- * *El Instituto para la Calidad Turística Española también ha concedido esta distinción a las Oficinas de Turismo, avalando así la calidad de los 10 centros y puntos de información municipales*
- * *El Ayuntamiento ha pasado de 1 oficina de información y 4 informadores en 2003 a 10 puntos de información y más de 80 informadores en 2010*

El Patronato de Turismo de Madrid ha recibido la marca "Q" de Calidad Turística para Patronatos de Turismo concedida por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), siendo el primer patronato de turismo de España en obtenerla, con una valoración final de 872 puntos sobre los 1.000 posibles.

Además, el ICTE ha concedido también al Patronato de Turismo de Madrid la "Q" de Calidad Turística para Oficinas de Turismo, avalando así el nivel de calidad de los 10 centros y puntos de información de que dispone la administración municipal, como son los centros de turismo de la Plaza Mayor y Colón; los puntos de información Turística de Callao, Cibeles y Paseo del Arte, así como los tres situados en el aeropuerto de Barajas (Terminales 2 y 4); la Unidad Móvil de Información Turística, y el Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE) situado en la Comisaría de Centro. ☺



Gal Madrid "Q" Calidad.



Acretaqria Turismo invierte en Jaen

La Secretaría General de Turismo, la Junta de Andalucía y la Diputación de Jaén invierten 3,3 millones en el turismo cultural jienense



- * *El principal objetivo de este Plan de Competitividad es la desestacionalización del turismo en la provincia de Jaén*

Este plan, de cuatro años de duración, persigue la mejora de la competitividad turística de la provincia de Jaén como destino turístico mediante la consolidación de un itinerario turístico-cultural que recorre los castillos de la provincia y las batallas de gran referencia histórica que se han librado en Jaén.

La inversión total en este Plan de Competitividad asciende a 3,3 millones de euros, aportados a partes iguales por las tres Administraciones firmantes. Por su parte, también habrá aportación privada, dado que la Federación Empresarial de Gremios de Turismo y Hostelería de la Provincia de Jaén se compromete a involucrar a sus miembros para que lleven a cabo inversiones por un importe de 30.000 euros, encaminadas a la adecuación de su oferta de productos al presente convenio.

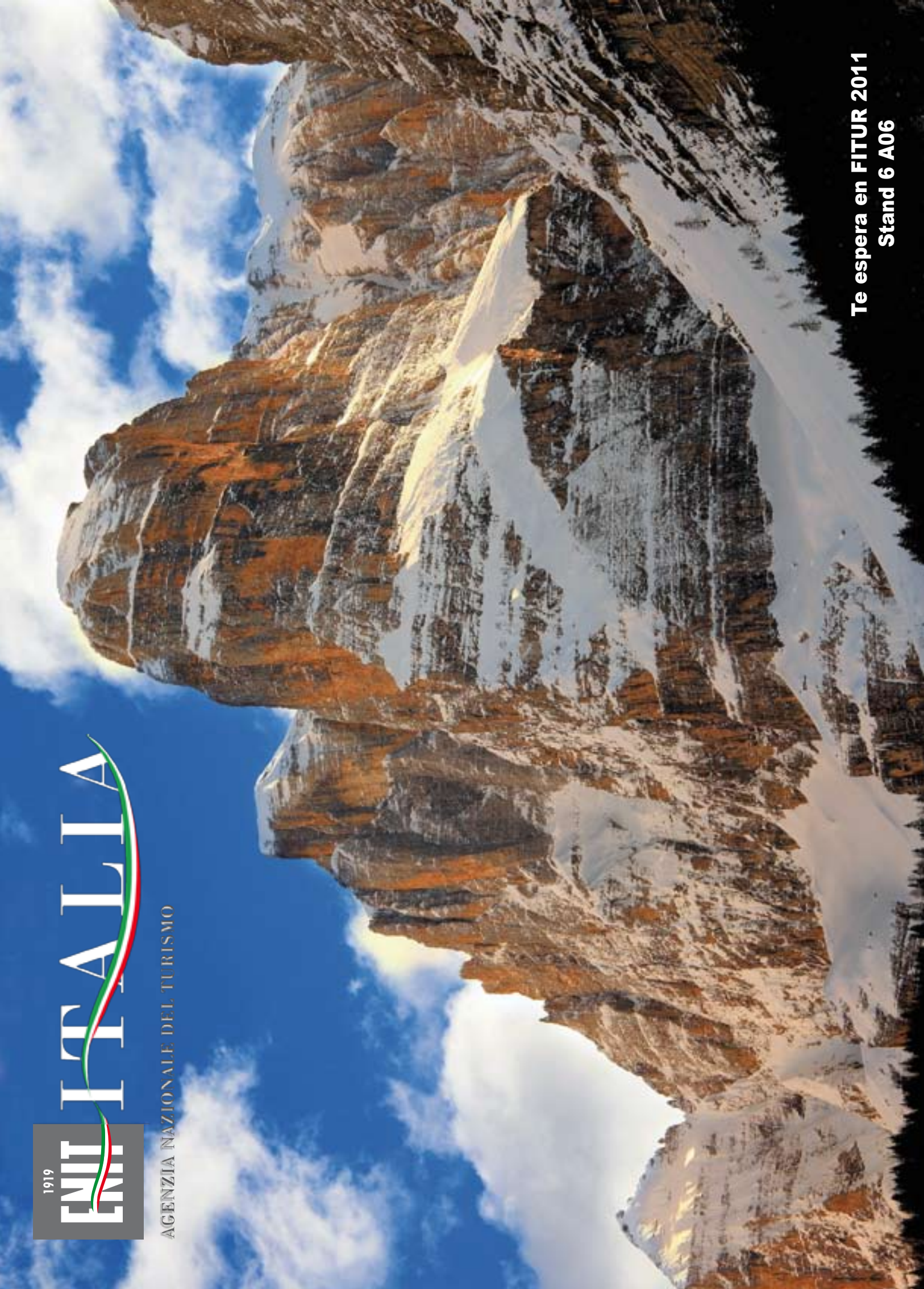
La *ruta de los Castillos y Batallas* ya existe como itinerario, creado a través de un plan de desarrollo turístico (2004-2007), cofinanciado por Consejería de Turismo y la Diputación de Jaén. Con la firma de este nuevo Plan de Competitividad se busca dar continuidad al mismo, posicionándolo como un producto turístico competitivo y sostenible desde un punto de vista ambiental y económico. ☺

1919
ENIT

ITALIA

AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

**Te espera en FITUR 2011
Stand 6 A06**



Nuevas torres de la Castellana en Madrid.

30º ANIVERSARIO DE TAT TRES DÉCADAS AL SERVICIO DEL TURISMO

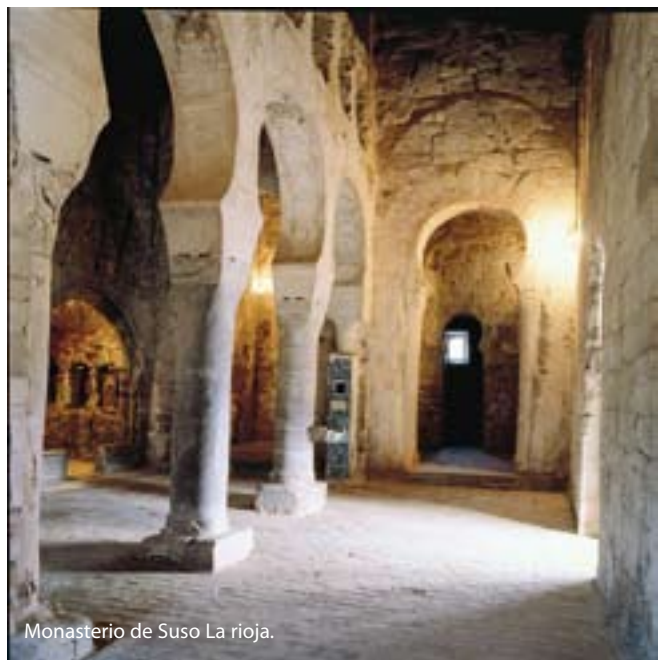
Los treinta años transcurridos desde el feliz nacimiento de TAT, han sido para el turismo español uno de los periodos más fructíferos e integradores de la historia económica de nuestro país, estando todos de acuerdo en considerarlo como una pieza clave que ha sustentado los cambios experimentados en la sociedad española.



En este breve repaso, se pretende destacar los hitos más importantes del panorama turístico español desde 1982, año en que se alcanza la cifra "mágica" de los 40 millones de visitantes, hasta los albores de 2011. Con ligeras variaciones, el turismo ha representado el 11 por 100 del total de empleos y el 12 por 100 del PIB, pudiéndose considerar como "el petróleo de España". Los ingresos por turismo de nuestra balanza de pagos equivalían en 2008 a exportar 2 millones de barriles de petróleo al día, cifra cercana a lo que exportan países como Kuwait o los Emiratos Árabes.

Unaño antes habían nacido también, precisamente, la Feria Internacional de Turismo, FITUR en que las competencias puramente turísticas que tenía la Administración Central del Estado, con una política intervencionista de protección al turista como consumidor, seguros, menús turísticos y precios reglamentados, se pasan en parte a las Comunidades Autónomas, con una política más coordinadora del Estado y mayor protagonismo de la iniciativa privada.

La década que va del 83 al 92 puede considerarse de desarrollo y transformación, con el incremento del turismo de masas, organizado en paquetes turísticos por los turopeadores, en vuelos chárter, dirigido sobre todo a las familias, con estancia media-alta y, básicamente, de sol y playa. En 1983 se crea la Conferencia Sectorial del Turismo, aparecen las nuevas normas de clasificación de los establecimientos hoteleros y se lanza internacionalmente la famosa campaña **todo bajo el sol**, además de que Joan Miró diseña el logotipo



Monasterio de Suso La rioja.

Puerta de Alcalá de Madrid.



Español (Futures). En 1993, se crea el Ministerio de Comercio y Turismo y se inicia el proceso de aplicación de la Agenda 21 para el turismo sostenible. En 1995, con la entrada en vigor del Tratado Schengen, se suprimen los controles aduaneros de personas entre siete países de la U.E., se crean el Consejo Promotor de Turismo y el Instituto de Calidad Hotelera Español (ICHE).

El gobierno del Partido Popular, que comienza en 1996, la actividad turística pasa a depender del ministerio de Economía y Hacienda, aparecen las primeras Encuestas de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) y la presentación de Frontur con periodicidad mensual. En el ámbito formativo, los

para el turismo español, conocido en el mundo entero. Con esta campaña de publicidad se inician una serie que duraría hasta 1990, siendo las más premiadas en la historia del turismo español. Un año más tarde, se crea el Instituto de Promoción del Turismo (Inprotur) y el Spain Convention Bureau.

Con la entrada de España en el Mercado Común, años más tarde Unión Europea, llegan a nuestro país numerosos ingresos gracias a los Fondos Regionales y al Programa Leader para el desarrollo de un nuevo tipo de turismo como el rural. En la temporada 85-86, comienzan los Programas del Inmerso que tanto han ayudado a desestacionalizar el turismo y permitido que las familias más desfavorecidas, pudieran disfrutar de unos días de vacaciones. En 1987, la Unión Europea inicia la liberalización del transporte aéreo y en España se rompe el monopolio de Iberia e irrumpen en el mercado nuevas compañías como Spanair y Air Europa que compiten bajando las tarifas. El Camino de Santiago es declarado el Itinerario Cultural Europeo. Son unos años en los que los españoles viajan con más frecuencia al extranjero al ser mayor su poder adquisitivo y ser más favorable el tipo de cambio. El turismo sigue creciendo pero con una nueva visión: la cultura del turismo sostenible. Por eso, al año siguiente,



Plaza de España de Sevilla.

se aprueba la Ley de Conservación de Espacios Naturales y Protección del Medio Ambiente, aunque aparece reiteradamente incumplido el reglamento de la Ley de Costas. Con gran éxito, se inicia en Valladolid la serie de las exposiciones de "Las Edades del Hombre" que perduran hasta el presente.

El 92 está marcado por importantes acontecimientos como la inauguración del AVE a Sevilla, la EXPO 92 de Sevilla y las Olimpiadas de Barcelona, lo que provocará que se doble y mejore su planta hotelera y se inicia el primer Plan Marco de Competitividad del Turismo



Ave de Sevilla, estación Santa Justa.



estudios oficiales de turismo se incorporan a la Universidad. En 1998 se crea el Observatorio Turístico y, un año más tarde, se inician los Planes de Dinamización y Excelencia Turística y se lanza con éxito la campaña "Bravo España".

El nuevo milenio aparece como una etapa de grandes alteraciones como la nueva crisis económica, los atentados del 11 de septiembre de Nueva York, junto con la guerra de Irak y la gripe aviaria más tarde, que repercuten negativamente en el turismo y que aún así, éste soporta. En 2001 nace el Plan de Impulso del Turismo Cultural e Idiográfico y, por iniciativa de las Comunidades de La Rioja, Castilla y León y Madrid, y tras la declaración de los Monasterios de Suso y Yuso como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, se crea la Fundación del Camino de la Lengua Castellana, cuyo objetivo principal es difundir los orígenes, la evolución y expansión de nuestro idioma en todo el mundo, creando una ruta turístico-cultural.

En 2001, se inicia un nuevo periodo basado en tres ejes fundamentales: la calidad, las nuevas tecnologías y la promoción del turismo cultural e idiográfico. Por primera vez se superan los 50 millones de turistas

extranjeros. Coincidiendo con la presidencia española de la U.E. en enero del 2002, entra en circulación el euro que, sin duda, reforzará la confianza en los viajes, incentiva el turismo y elimina los problemas del tipo de cambio, creando un marco económico global estable. También en 2002 se crea el nuevo Portal de Turismo de España, **spain.info** y la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), formada por 28 de los más relevantes grupos empresariales turísticos. Otro hecho a destacar es la declaración de Itinerario Cultural Europeo del Camino de la Lengua Castellana.

En años posteriores, el Instituto de Turismo de España, con el fin de reforzar las campañas de promoción de España en el extranjero, realiza numerosos estudios de mercados específicos para obtener una mayor rentabilidad al dirigir las acciones a segmentos concretos de la demanda. En 2005, España alcanza el liderazgo en Europa del turismo de golf con una oferta que llega a los 324 campos de los que disfrutaban más de un millón de turistas extranjeros. En 2006 se pone en marcha el Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza en sus tres modalidades de ecoturismo, turismo activo y esparcimiento y recreo en la naturaleza. Continúa incrementándose el número de pasajeros procedentes del extranjero que llegan a las principales Comunidades



Vista de Malaga.



Autónomas en compañías aéreas de bajo coste. En 2007 se presentan los resultados de la primera fase de elaboración del "Horizonte 2020 del Turismo Español", consistente en un análisis-diagnóstico de la situación del turismo español en ese momento y de las tendencias de futuro.

Según un estudio del Turismo de Negocios realizado por Turespaña, se confirma el crecimiento en España por encima de la media mundial, la buena marcha del mercado de reuniones y la consolidación del mercado ferial. El portal oficial de turismo de España, **spain.info**, gestionado por Segittur, recibió en 2007 cerca de 30 millones de visitas, siendo las secciones de destinos, alojamientos, gastronomía e información práctica, las más visitadas. En 2008 se pone en marcha el Plan Renove de instalaciones e infraestructuras turísticas en colaboración con las

Comunidades Autónomas, gobiernos locales y empresarios, bajo criterios de sostenibilidad, eficiencia energética, calidad y responsabilidad, con el objetivo de mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

También en este año se conmemora el 25º aniversario del logo del turismo de España que es la imagen de marca mejor asociada a un país y con merecido reconocimiento mundial.

A primeros de 2009, entra en vigor el Plan Renove de Turismo con un presupuesto de 400 millones de euros, ampliado un mes más tarde con 600 millones más, para incrementar la calidad de las infraestructuras turísticas y el valor añadido del producto. Así se llega a 2010 en que FITUR celebra su 30ª edición, en la que Turespaña presenta sus principales proyectos y programas para mejorar

el sector turístico. Durante todo este periodo considerado, se han lanzado varias campañas para promocionar el turismo español, desde "Todo bajo el sol" en 1983 a "Sonría, está usted en España" en 2005. A escala mundial, se han producido numerosos conflictos armados, atentados terroristas, desastres de la naturaleza (terremotos, huracanes, inundaciones, tsunami, nubes volcánicas, etc.), accidentes de aviación, pandemias y otros de diferente índole que, sin embargo, como señalaba Francesco Frangialli, secretario general de la OMT desde 1998 a 2008, el turismo siempre ha sabido afrontarlos con gran valentía y sacrificio para poder recuperarse. ☺

José Antonio Fernández Cuesta



...en su visita a Tenerife

Especialidades Turcas

Kebab - Grill...

RESTAURANTE

ESTAMBUL

Cocina tradicional Turca con horno artesanal, carnes y verduras bien especiados y combinados con yogurt.
Fines de semana la bailarina de la danza del vientre la hará sentirse en la mil y una noche.

C/ Suárez Guerra, 16 - S/C de Tenerife Tfno.: 922 24 76 94
ABIERTO TODOS LOS DIAS EXCEPTO DOMINGO NOCHE



IBERIA

MAS DE 80 AÑOS VOLANDO

Fundada en julio de 1927, Iberia realiza su primer vuelo comercial entre Madrid y Barcelona el 14 de diciembre de ese mismo año con aviones Rohrbach Rolland. Tras fusionarse con otras compañías aéreas españolas adopta, en años sucesivos los nombres de CETA, CLASSA o LAPE. Será en 1937 cuando la compañía recupere de nuevo el nombre de Iberia e inicie su actividad con base en Salamanca. Sus primeras rutas cubren destinos del centro peninsular, del norte de África y algunas de las principales ciudades europeas





Desde su fundación e inicio de vuelos, en 1927, **más de 800 millones** de personas han viajado con Iberia, clientes que han hecho posible que esta compañía esté situada hoy entre las cinco principales líneas aéreas europeas, sea líder indiscutible en España, en las rutas que unen España con Europa y Europa con Latinoamérica.



Iberia ha sido siempre pionera en la implantación de productos y servicios. Así, fue la primera compañía en volar entre **Europa y América del Sur, en 1946**. En 1974 inauguró el **Puente Aéreo**, servicio único en Europa. También ese año se puso en marcha **Serviberia**, precursor de los populares **call centers**, y el servicio de **Chaquetas Rojas**, un equipo humano especialmente dedicado a ofrecer atenciones especiales a los clientes y resolver incidencias.

Dentro del grupo está integrada por una franquicia, (**Iberia Regional/Air Nostrum**); además del transporte aéreo de pasajeros y carga, Iberia realiza todo tipo de actividades relacionadas con aquél, como mantenimiento de aviones, asistencia en aeropuertos y sistemas informáticos.

En la actualidad, el Grupo **Iberia** vuela a **115** destinos en 46 países. Además, y en código compartido con otras compañías aéreas, ofrece vuelos a otros **131** destinos en 29 países. Con una flota de en torno a los 180 aviones, ofrece unos 1.000 vuelos diarios. En el año 2009, transportó alrededor de 25,5 millones de pasajeros (*)

	Iberia	Edad media de la flota de Iberia	Iberia Regional/Air Nostrum
ATR72-500			5
CRJ-200			35
CRJ-900			11
DASH-8 Q300			16
Familia A-320	A-319	23	4,5
	A-320	36	9,4
	A-321	19	6,7
A-340/300	18	12,0	
A-340/600	17	4,0	
TOTAL	113	7,5	67

TOTAL AVIONES: 180

(*) Cifra total de pasajeros transportados por Iberia e Iberia Regional/Air Nostrum.

Iberia es miembro fundador de una de las mayores alianzas aéreas del mundo: **oneworld**. Desde entonces la compañía española trabaja con siete de las más importantes aerolíneas, ofreciendo conjuntamente lo mejor de su servicio. 800 destinos en 150 países con las mejores conexiones y la posibilidad de hacer una única facturación en aquellos viajes que impliquen volar con varias compañías de la alianza son algunas de las ventajas para el cliente de Iberia.





Antonio Vazquez, presidente de Iberia.



Fechas claves en su historia en estos últimos 30 años

- ➔ **1981** Iberia incorpora un nuevo tipo de aeronave a la flota: el Airbus A300B4
- ➔ **1987** Funda junto con Lufthansa, Air France y SAS, Amadeus.
- ➔ **1991** Iberia lanza el programa de fidelización de clientes Iberia Plus. Pionera en Europa al ofrecer este servicio.
- ➔ **1996** Crea su página en Internet.(www.iberia.com) Pionera, una vez más, en la utilización, en este caso, del comercio electrónico en España.
- ➔ **1997** Pone en marcha su primer Plan Director (1997-1999) que proporciona al grupo 118.000 millones de beneficios acumulados.
- ➔ **1999** Forma junto con American Airlines, British Airways, Cathay Pacific y Qantas la alianza Oneworld
- ➔ **2000** Inicia su segundo Plan Director (2000-2003). Entre sus objetivos se encuentra mejorar la productividad en un 20 por ciento.
- ➔ **2001** El 3 de abril, totalmente privatizada, comienza a cotizar en Bolsa.
- ➔ **2002** A principios de diciembre de 2002, el Consejo de Administración de Iberia aprobó el Plan Director de la compañía para el periodo 2003-2005.
- ➔ **2003** Iberia recibe los aviones más modernos de la compañía, los Airbus A-340-600.Hoy en día posee 17 aeronaves de ese modelo.
- ➔ **2004** Iberia celebra el 50 aniversario de su primer vuelo a la ciudad de Nueva York. Iberia entra en el selectivo Dow Jones Stoxx de sostenibilidad.
- ➔ **2005** Iberia empieza a comercializar la nueva clase Business Plus, su nueva clase de negocios para los vuelos de largo radio. Butacas-camas, con más espacio, mayor privacidad y la más avanzada tecnología. Sergi Arola presenta nuevos Menús para la Business Plus de Iberia
- ➔ **2006** Iberia se traslada a la T4 de Madrid-Barajas. También funda Clickair.
- ➔ **2007** Se cumple el 80 aniversario de la creación de Iberia. Con un vuelo conmemorativo; con la imagen y el logotipo de de imagen corporativa de los años cincuenta.
- ➔ **2008** Iberia comienza las negociaciones con British Airways para fusionarse.
- ➔ **2009** Se cumple el décimo aniversario de la alianza **oneworld**; y un avión de Iberia vuela con la imagen y el logotipo de la alianza. Después de varios meses de negociación llega a un acuerdo de fusión con la compañía Británica British Airways. A la vez se produce la fusión de Clickair con Vueling dando lugar a la nueva Vueling.
- ➔ **2010** La Unión Europea aprueba la fusión entre Iberia y British Airways. También el 14 de julio, Iberia, American Airlines y British Airways reciben el visto bueno por parte de la UE para poner en marcha su Acuerdo de Negocio Conjunto en los vuelos del Atlántico. Por otro lado Iberia traslada a Sudáfrica a la selección española de fútbol, Campeona del Mundo.

OTROS NEGOCIOS DE IBERIA

Iberia Regional/ Air Nostrum

Air Nostrum fue fundada el 23 de mayo de 1994. En diciembre de ese mismo año inició su operación regular con un vuelo de Valencia a Bilbao. En mayo de 1997 entró en vigor un acuerdo de franquicia con Iberia pasando a operar como Iberia Regional Air Nostrum. Desde su fundación ha crecido de forma continuada, pasando de 260.000 pasajeros en 1995 a 5,2 millones en 2009. Su flota actual está compuesta por 67 aviones.

Vueling

Vueling es una compañía de transporte aéreo de nueva generación participada por **Iberia** con un 45,85 por ciento del capital.



La aerolínea cuenta con una flota de 35 aviones para volar a 45 destinos en España, Europa y norte de África.

Vueling e Iberia ofrecen vuelos en régimen de código compartido (IB5000), lo que permite a los clientes de Iberia disponer de más rutas directas a varios destinos europeos, un mayor número de frecuencias y una mayor oferta de plazas.

Asimismo, esta aerolínea de nueva generación ofrece servicios de valor añadido a los clientes, como la posibilidad de reservar su asiento y obtener su tarjeta de embarque anticipadamente a través del servicio de auto check-in *online* de www.iberia.com o en las máquinas de auto check-in de Iberia en los aeropuertos; y obtener y redimir puntos **Iberia Plus**, algo inédito hasta ahora en este tipo de compañías.

Y en este 2011 **Iberia** una vez realizada la fusión con British y nombrado el Consejo de Administración de Internacional Airlines Group (IAG),

Seguirá como compañía líder en España en las rutas entre España y Europa y en el mercado Europa-América Latina



Más de medio siglo al servicio de las compañías aéreas en España

La Asociación de Líneas Aéreas, que agrupa actualmente a 50 compañías nacionales e internacionales, se constituyó en 1952, fijando su sede en la C/Gran Vía de Madrid, donde continúa en la actualidad.



PABLO OLMEDA, presidente.

Probablemente la cuestión inmediata es qué podría pasar en esa fecha para que fuera oportuna o necesaria la constitución de una patronal de compañías aéreas, cuando todas ellas eran "de bandera" y los reguladores de los servicios de Navegación y Aeroportuarios, se relacionaban casi orgánicamente con ellas, tanto en España como internacionalmente.

Los fines esenciales de ALA:

- Defender los intereses de los asociados.
- Velar por la Seguridad Operacional.
- Y promover la eficiencia de los servicios.

Los intereses han ido cambiando al ritmo de las transformaciones de la industria. Por esquematizar, y asumiendo el riesgo que ello supone, podríamos hablar de tres grandes

etapas: a) Lo importante es volar b) Lo importante es vender c) Lo importante es ganar. Podemos admitir que ALA se incorporó a la segunda, que no pudo llegar hasta 1974, cuando se firmó la Desregulation Act en los EE.UU., que desencadenó un proceso de liberalización que ya está prácticamente concluido, y que nos ha situado en una competencia abierta entre las compañías aéreas.

Velar por la Seguridad Operacional, antes y ahora, es para la Asociación un factor crítico en la sostenibilidad de las compañías aéreas, en tanto que su Producto básico se puede reducir a los valores de Frecuencia, Regularidad, y Puntualidad, factores que determinan la rotación de sus aviones y con ella la productividad de sus medios de producción.

Promover la eficiencia de los servicios de navegación y aeroportuarios, porque influyen directamente en los procesos productivos de las compañías, y el rigor en las inversiones porque son las compañías aéreas quienes las financian.

Cómo consigue ALA sus fines:

Manteniendo un diálogo permanente con el Sector. Revisando los criterios que se aplican. Proponiendo alternativas de mejora. Reclamando los perjuicios y los costes.

La Asociación ha procurado conseguir sus fines mediante ese diálogo permanente con el sector, porque entiende que la "cadena de valor" del transporte aéreo tiene la fortaleza de su eslabón más débil, lo que establece una concurrencia de intereses que no podemos ni debemos obviar, porque nos condiciona a todos los intervinientes.

Revisamos los criterios que se aplican porque cada día surgen tecnologías y recursos que los hacen obsole-

tos. Surgen nuevas exigencias y nuevas obligaciones ante nuestros clientes.

Proponemos las mejores prácticas porque nuestras 50 compañías asociadas acumulan múltiples experiencias en todos los aeropuertos del mundo, con medios diferentes y en circunstancias muy diversas, lo que nos permite extrapolar las situaciones, como en definitiva ha hecho nuestra industria con su amplísimo tejido asociativo internacional.

Reclamamos los perjuicios y sus costes porque hemos contratado y pagado servicios de calidad que condicionan nuestro producto final, y en consecuencia nuestro compromiso con el cliente.

Objetivos cumplidos, objetivos no cumplidos, y objetivos por cumplir:

Entre los primeros podemos hablar de aplicaciones incorrectas de Tasas, de alguna que otra doble imposición, de opciones de inclusión o no de tasas en la tarifa, etc., lo que ha supuesto una cifra estimada

pasa a la pag.36



JUAN LUIS BURGUE, gerente.



Descansa, ven a sentírte bien... ven a Andalucía

Andalucía
TE QUIERE

viene de la pag.34

muy superior a los 1.000 millones de euros.

Entre los segundos hablamos de indemnizaciones reclamadas por deficiencias en el funcionamiento de los servicios, entre los que destacan los producidos por el conflicto de Aena con sus controladores aéreos ; del ajuste de los costes de explotación aeroportuarios que den lugar a la reducción de las Tasas; de la revisión de las inversiones y de su retorno económico, etc.

Por lo que se refiere a los objetivos por cumplir, podemos destacar los siguientes: El uso flexible del espacio aéreo español, mediante el arbitraje de los intereses del Ministerio de Defensa y del Ministerio de Transportes, ya que tiene unos efectos muy significativos sobre los costes de producción de las compañías aéreas y sobre la emisión de gases de efecto invernadero; la trasposición de la directiva comunitaria sobre la homologación de las condiciones en toda la Unión, propiciando la transparencia desde múltiples perspectivas operacionales y económicas; la optimización de las Rutas de entrada y de salida, promoviendo el diseño , los métodos y los procedimientos que eviten las desviaciones y con ello sus efectos medioambientales; el desarrollo de la "Intermodalidad", que haga posible una integración de los distintos modos en igualdad de condiciones frente al mercado, tanto por lo que se refiere a la amortización de las infraestructuras como al pago de los servicios recibidos.

Posición ante la crisis:

El Transporte turístico y el transporte aéreo tienen una fuerte interdependencia, si admitimos que el 77% de los turistas llegan a España en avión. La caída de la demanda turística, arrastra a la caída de las operaciones de vuelo, y ésta a las facturaciones de Aena que, sin embargo, debe mantener su plan de inversiones, en el entendimiento de que la crisis será pasajera y de que la mejora de las infraestructuras es una demanda permanente. En **Ala** apoyamos el mantenimiento del esfuerzo inversor, aunque estimamos que, en el contexto actual de crisis, se deberían priorizar las inver-

siones con retornos más rápidos y que más afecten a los costes de la producción.

No pensamos que estemos hablando solo de una crisis coyuntural, sino también de una crisis estructural que se desarrolla desde hace bastantes años, como consecuencia de la convivencia de los diferentes ritmos de desregulación que se vienen produciendo desde esa fecha mítica de 1974 a la que nos hemos referido.

En nuestra opinión, es necesario ahondar sobre el cambio del modelo en el que convergen las compañías de Red y las compañías de Punto a Punto, para promover un equilibrio que puede estar en entredicho, especialmente por lo que se refiere a la viabilidad de los Hubs. Creemos que hay un espacio enorme por recorrer en el desarrollo de la Intermodalidad, si bien entendemos que implica no solo a la homologación de condiciones operacionales y económicas, sino a toda una gama de procedimientos operativos que permitan asegurar la conectividad de los pasajeros y de sus equipajes con los mercados internacionales.

Opinamos que debe preservarse el Mercado España porque no parece lógico sustituir un Producto conocido por 17 a conocer, y en ese sentido entendemos que el mantenimiento del criterio de Red, contribuye al mantenimiento del Mercado España y al desarrollo de los mercados singulares.

Afirmamos que la gestión debe ser más eficiente en todos los eslabones de la cadena de valor del transporte aéreo, y que ello exige cambios culturales, enfoques al cliente y no solo a la producción, prioridad de los procesos de gestión en función de los productos.

Y pensamos finalmente que el transporte aéreo tiene un nuevo futuro en la redefinición de las condiciones operativas tanto de navegación como aeroportuarias, en la homologación de las condiciones entre los intervinientes, en la redefinición de procesos productivos orientados a los clientes (las compañías y los pasajeros), en la asunción de que este modo de transporte se mueve exclusivamente por intereses de Mercado, y que es éste el que garantiza la movilidad de las personas y las cosas. ●



Travelplan

Diseñamos sus Vacaciones

TAL
TRANSPORTE AÉREO
& TURISMO

30
Felicidades
ANIVERSARIO



Canarias Baleares Costas Brasil Argentina Caribe Europa
Francia Circuitos por Europa Disneylan® Paris Italia
Turquía Mediterráneo Marruecos Túnez Senegal Cabo Verde
Egipto y Oriente Próximo Perú Nueva York Florida



Ofrecemos para esta temporada la mayor oferta de destinos a los precios más competitivos, con todas las comodidades para diseñar el viaje que mejor se adapte a sus necesidades.



AECA
ASOCIACION
ESPAÑOLA DE
COMPAÑIAS
AEREAS

EL CAMBIO DEL SECTOR AEREO ESPAÑOL EN LOS ULTIMOS TREINTA AÑOS

Si echamos la vista atrás de estos últimos treinta años, para recordar y ver donde estamos hoy, podemos llegar a sentir incluso sensación de vértigo al percatarnos del enorme salto que hemos dado. Estamos hablando de un pasado muy reciente pero que

a la vez nos parece muy lejano por el gran cambio sufrido en este sector: Liberalización del transporte aéreo, creación de múltiples compañías aéreas, precios competitivos, nuevas fórmulas de negocio con la aparición de compañías de

bajo coste, grandes competencias comerciales entre compañías en tarifas y promociones, creación de alianzas aéreas, la entrada de Internet, etc.



Desde finales de los ochenta del pasado siglo, que se creó La Asociación de Compañías Aéreas, (AECA), el transporte aéreo en España ha cambiado radicalmente. Han transcurrido tan solo veinticuatro años, pero la diferencia es abismal. De un cuadro de servicios aéreos lánguido y monopolístico, se ha pasado a un nivel de calidad equiparable al de los mejores mercados europeos y mundiales.

AECA: LOCOMOTORA DEL CAMBIO

En todo este trayecto AECA ha sido la locomotora exigente del cambio producido en estos años, y las personas que hemos trabajado y que seguimos trabajando en el proyecto nos sentimos orgullosas de lo logrado.

La Asociación Española de Compañías Aéreas (AECA) fue fundada en mayo de 1988. y fue la primera en su género en España.. Esta Asociación surge en un momento en que, a las puertas de la liberalización



del transporte aéreo, se crean una serie de compañías privadas de transporte de pasajeros en régimen charter, nacidas principalmente en Baleares y Canarias. Había pues que cuidar sus intereses y hacer frente al monopolio.

AECA nace con el ánimo de servir de nexo de unión entre este sector privado que nació pujante como alternativa a años de monopolio y las Administraciones Públicas, denunciando aquellas situaciones de abuso o discriminación, pidiendo y exigiendo la mayor rapidez y agilidad en la aplicación de las Directivas y Normas Comunitarias.

En el acto de su fundación y en su primer desarrollo fue decidido el doble papel de la Asociación: por un lado, como representante y defensor de los intereses comunes del transporte español; y por otro lado, como plataforma de realización de actividades comunes que viniera a aumentar la eficacia, productividad y economía, en la gestión de los servicios del transporte aéreo.

Como dije anteriormente, AECA ha sido protagonista y ha desarrollado un papel vital a lo largo de estos años en la evolución del sector aéreo español, y en la defensa de las compañías aéreas frente al monopolio.

En un primer momento, la Asociación concentró todas sus fuerzas en luchar para que se llevara a cabo la liberalización del transporte aéreo, que ha supuesto una gran transformación del panorama de servicios aéreos en nuestro país, así como la consolidación de una industria privada española cada vez más vigorosa y creadora de riqueza.

Con la liberalización las compañías españolas iniciaron un gran desarrollo de su actividad y fueron marcando hitos históricos en la aviación española:

- ▶ Desaparición gradual de las diferencias entre compañías charters y regulares.
- ▶ Desarrollo del transporte regional.
- ▶ Desarrollo y expansión de nuevos destinos y rutas turísticas, permitiendo al ciudadano medio español pueda llegar a sitios como El Caribe, Asia, Africa, gracias a los precios asequibles y la frecuencia de los vuelos.



**Felipe Navío Berzosa,
presidente de AECA.**

- Penetración de nuestras compañías en el mercado europeo.
- Consolidación de una industria privada española cada vez más vigorosa y creadora de riqueza en nuestro país.
- Incorporación de aviones de última generación en nuestras compañías, con menos ruido y menos contaminación.
- El nacimiento de compañías aéreas de "Low cost", el concepto de compañías charter se transforma en low cost, gracias al gran desarrollo de los medios de información como Internet, etc. Etc.

- La liberalización por parte de AENA de la liberalización del handling en los aeropuertos.
- Ampliación y modernización de los aeropuertos españoles, principalmente Madrid y Barcelona.
- El inicio del fin del monopolio de AENA en la gestión de los aeropuertos.
- El inicio de Cielos abiertos entre Europa y Estados Unidos, muy ventajosa para nuestro país.
- El inicio de un cielo único europeo, que debía contemplar la unificación de los espacios aéreos del continente, lo que supondría grandes ventajas para empresas y ciudadanos.
- El nacimiento de la Agencia Estatal para la Seguridad Aérea.

UN SECTOR "FRÁGIL E IMPRESCINDIBLE".

Pero no han sido treinta años de lujo y rosas. Han sido tres décadas duras, donde hemos cruzados grandes zonas de turbulencias y vacíos. Es cierto que es uno de los sectores más sensibles y que le afecta absolutamente todo y no sólo los ciclos de vulnerabilidad económica. Padecemos las crisis periódicas de seguridad, las alarmas sanitarias sobre epidemias globales, la volatilidad de los precios del combustible, huelgas, controladores aéreos, volcanes en erupción, huracanes, crisis



de turismo, el cambio de moneda, etc. etc. Pero algo tiene este sector que engancha, por el cual se sigue apostando para hacerlo fuerte y competitivo.

Todos los agentes intervinientes en este sector deberíamos seguir profundizando en la toma de decisiones y tomar conciencia de este binomio que le afecta: frágil e imprescindible, analizar el problema en toda su extensión y abordar las soluciones más adecuadas.

Para un país turístico como el nuestro, el transporte aéreo es una actividad estratégica que ha generado beneficios y valor añadido para el conjunto de la economía española durante los últimos cincuenta años, dotándola de competitividad y capacidad exportadora. El mercado doméstico aéreo en España ha crecido un 50% en lo que llevamos de siglo y al internacional en un 89% aportando un 7% al PIB nacional.

Las compañías aéreas, como empresas que son, tienen que depender de ellas y jugarse su dinero para bien o para mal. Hoy día, dependen de tantas variantes externas, y no creo que haya que recordarlas, que gestionar bien una compañía no depende siempre del equipo gestor. En la cadena de valor del





transporte aéreo, el único elemento que está sometido a la competencia de mercado es el operador aéreo y el resto tienen escasas condiciones de capacidad de competencia, como las infraestructuras y los sistemas de reservas.

Al sector aéreo hay que dotarle de más músculo empresarial y financiero, inversores dispuestos a arriesgar su dinero, para no depender continuamente de los vaivenes de la economía y de las entidades financieras. "Puede que ahora sea, como decía hace unos días, Ferrán Soriano, una inversión de alto riesgo, pero también de alto retorno".

Desde la industria aérea española, no se entiende bien que, siendo la misma creadora de riqueza, empleo, de cohesión territorial, las instituciones públicas no impulsen políticas que favorezcan el desarrollo del transporte y más en un país como el nuestro, situado en la periferia de Europa y con territorios insulares muy relevantes

Desde la Administración se están favoreciendo otros modos de transportes. Llevamos muchos años con políticas que favorecen al AVE con inversiones públicas en infraestructuras, en cambio, las infraestructuras del transporte aéreo no tienen nin-

gún tipo de ayuda pública. Por ello se le hace difícil al avión competir con el AVE cuando no hay igualdad de condiciones.

Parece que el futuro de este sector está en la concentración. Es posible que dentro de unos años existan grandes grupos, tres o cuatro en Europa. Puede que sea bueno para el sector, pero el tejido industrial de un país se consigue con la existencia de grandes empresas y además, con pequeñas y medianas compañías aéreas, y todo este conjunto, es el que crea riqueza, empleo y la competencia y favorecen también a los consumidores y al turismo.

En resumen, en un país como el nuestro, instalado en la periferia de Europa, estratégicamente situado (entre Europa y América y entre Europa y África), se hace imprescindible una

política de Estado, con actuaciones fiscales, laborales, de financiación y de promoción, que ayuden a tener una verdadera industria aérea saneada y competitiva, tan importante para la economía española.

Al sector aéreo español le queda mucho por hacer y por lo tanto a AECA. Una de las responsabilidades de una asociación, y en AECA es un objetivo básico, es ver un poco más allá del bosque. Además de apagar el fuego diario, hay que limpiar, desbrozar y allanar los caminos para ver lo que pasará al otro lado, para predecir el futuro.

Felipe Navío Berzosa
Presidente de la Asociación
Española de Compañías Aéreas.
AECA

30 años de CRUCEROS, ILUSIONES HECHAS REALIDAD

Texto: Lucía Uceda



Grand Holiday Iberocruceros.

Para una gran mayoría de los españoles la ilusión y las fantasías sobre los cruceros empezaron allá por los años 80 con la que se hizo famosísima serie de televisión "Vacaciones en el mar". Esa ensoñación, esa quimera para muchos se empezó a hacer realidad en nuestro país a partir de la década de los 90, básicamente con el "desembarco" a gran escala en España de la compañía italiana Costa Cruceros.

Ya en la recién cumplida primera década del segundo milenio, los cruceros se han popularizado existiendo para todos los gustos y, casi, todos los bolsillos. Un bastante amplio abanico de compañías, entre ellas además de la citada otras como MSC Cruceros, Iberocruceros, Pullmantur o Royal Caribbean, por enumerar las más conocidas, tienen una completísima oferta para un mercado, el crucerista que, a pesar de la crisis, ha crecido y tiene visos de seguir haciéndolo.

Y además, no sólo son los cruceros por Mediterráneo, Norte de Europa o Caribe, sino también lo fluviales, los que tienen su público y que por ello no deben dejar de tenerse en cuenta.

Los cruceros siempre han sido una forma diferente de viajar. Reservada en un principio para los más ricos, en los 90 empezó su transformación para convertirse en un producto vacacional alternativo a los destinos tradicionales. Y es que un crucero no es sólo visitar muchos países en poco tiempo, es otra manera de viajar con las máximas comodidades y una buena gastronomía, combinando de una forma atractiva y bastante acertada ocio, diversión, relax y cultura en un solo producto. Y sin la necesidad de tener que hacer y deshacer maletas cada día.

Precisamente este concepto de "hotel flotante" y el atractivo de la propia vida a bordo son dos de las bases del éxito de un crucero como forma de vacaciones. Que por otra parte es aceptada de forma generalizada: novios, familias con hijos, diferentes colectivos, empresas, etc. utilizan esta alternativa vacacional que en nuestro país era disfrutada por muy pocos –la mayoría simplemente "soñábamos" con la televisiva "Vacaciones en el mar"– durante la década de los 80.

MSC Lirica.



El desembarco italiano

En aquel entonces la comercialización de los cruceros la realizaba básicamente el turoperador Central de Cruceros y otros como la compañía Ybarra, que se convirtió en agente general de la naviera italiana Costa Crociere. Precisamente fue esta compañía la que en el año 1993, con el comandante Giovanni Bancalari al frente, desembarcó en España apostando con estilo y fuerza por el desarrollo del mercado crucerista español. Algo que consiguió, habiendo partido de una cifra de 22.000 cruceristas, con crecimientos sostenidos superiores al 20 por ciento en años posteriores, los mayores alcanzados en Europa occidental.

Esto animó a que ya avanzados los 90 se crearan nuevas navieras, como la española Royal Hispania, del grupo Trasmediterránea, e incluso se instalaran otras extranjeras como Festival Cruceros, ambas desaparecidas. Con el comienzo del nuevo siglo el desarrollo crucerístico español continuó y se inauguraron dos grandes navieras en nuestro país: Iberojet Cruceros actualmente Iberocruceros y Pullmantur Cruises, ahora y con el cambio de propietarios denominada Pullmantur Cruceros, muy enfocadas al cliente español. Otra naviera creada en esta época fue la perteneciente al grupo Globalia.

La importante MSC Cruceros también decidió implantarse en España con oficinas propias y más adelante lo hace Royal Caribbean, quien anteriormente había sido representada por Latitud 4, un turoperador especializado en cruceros, representante

de navieras de gran nivel y que realizó una destacable labor.

A lo largo de estos años el número de pasajeros de cruceros ha continuado incrementándose, aproximándose a los 250.000 en el año 2004, superando el medio millón en 2008 y manteniendo, a pesar de la crisis, la barrera de los más de 500.000 cruceristas estos dos últimos años, ocupando ya la cuarta posición en Europa después de Gran Bretaña, Alemania e Italia, con cifras algo superiores al mercado francés.

Significativo es también el crecimiento del tráfico de pasajeros en los puertos españoles, con cerca de 6,7 millones de cruceristas que visitaron nuestro territorio en los diez primeros meses de 2010, lo que se traduce en un incremento del 17 por ciento y que augura que las cifras

Costa Fortuna.



Barco fluvial Verdi de Politours.



MSC Opera.



totales del pasado año alcancen un récord histórico superando los siete millones de cruceristas.

Diversificación e innovación

Este auge de los cruceros ha exigido a su vez a las compañías marítimas un gran dinamismo para diseñar rutas y programas innovadores para atraer otros segmentos como el público joven y el turismo familiar. Los precios asequibles y la diversificación de la oferta, con la incorporación de rutas de corta duración y cruceros temáticos potencia a su vez el número de cruceristas.

El futuro realmente interesante que tiene el mercado de los cruceros en España es la conclusión de un estudio que sobre el mismo se publicó hace unos meses. Según

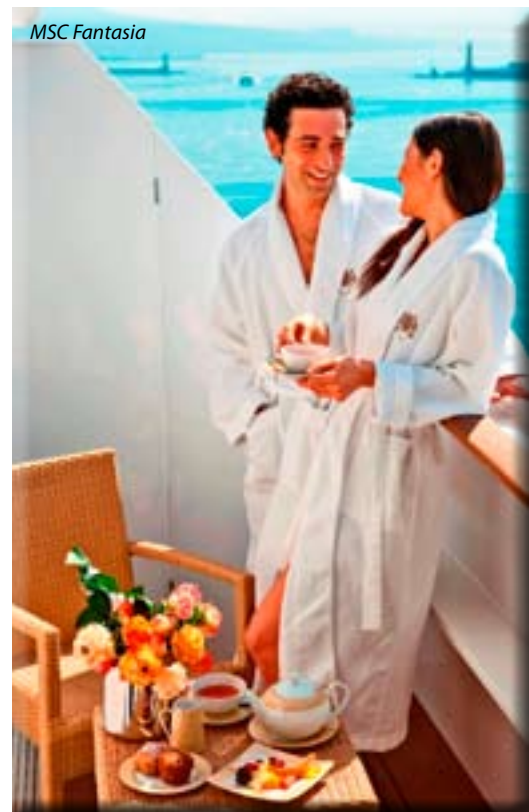


Teatro MSC Splendida.

sus resultados, el 75,4 por ciento de las personas que han realizado un crucero se muestran bastante o muy satisfechas con la experiencia. Y, sobre todo, que el 25 por ciento de los españoles tiene la intención de realizar un crucero en el futuro.

Incluso para algunos se ha convertido en unas vacaciones obligatorias cada año: un curioso 33,5 por ciento de los cruceristas encuestados en el mencionado estudio afirman que desde que probaron los cruceros ya no quiere hacer otra cosa en sus vacaciones.

Otra curiosidad es que Cataluña, Madrid y Andalucía son las tres comunidades que agrupan al mayor número de cruceristas, a la vez que en el norte de España son más reticentes a pasar sus días de descanso en el mar. Más datos interesantes y concluyentes sobre la reciente historia y actualidad de los cruceros en nuestro país: para el 70 por ciento de los españoles el Mediterráneo es el itinerario favorito, seguido, obviamente con bastante distancia, por Europa y Caribe. Visitar muchos países a la vez, y



MSC Fantasia

la comodidad y el relax que ofrecen los cruceros son las dos principales razones que llevan a los españoles a elegir sus vacaciones a bordo de un barco de crucero.

Quizás por esto y por todo lo repasado anteriormente, se puede afirmar y confirmar no sólo que el turismo de cruceros no es una moda pasajera en nuestro país, sino que, por ahora, es el segmento vacacional con mayor potencial de crecimiento.



Oasis of the Seas.

*Grupo de Comunicación integral
especializado en el sector del Turismo,
el Ocio y la Gastronomía*



RV EDIPRESS

*Gracias por estos 30 años
de información*

Finalmente, no se pueden dejar de mencionar otros cruceros, los fluviales, que se vienen incorporando cada vez con más fuerza al abanico de oferta cruceística y que cuentan con una clientela cada vez mayor. En este apartado, destaca en España la comercialización del turoperador Politours, con una amplísima oferta que abarca desde Portugal con los recorridos fluviales por el Duero hasta China y su famoso río amarillo, el Yangtse. Pasando además por Países Bajos, Alemania, Francia, Rusia y Ucrania, Croacia con sus veleros, Turquía con sus goletas, los fabulosos cruceros por el Nilo egipcio..., hasta otras novedades realmente interesantes como cruceros de lujo por la India y recorridos por el legendario Mekong entre Vietnam y Camboya o el Amazonas por Perú. Una modalidad más, realmente diferente y atractiva". ●

Lucia Uceda

C/ Fernández Cid, N° 2 C. 28035 - Madrid.

Tfno.: 91 730 82 15.

www.rvedipress.com

TEL AVIV

“La ciudad que nunca duerme”

Tel Aviv, con frecuencia denominada “la ciudad que nunca para”, es la primera ciudad moderna que se levantó en Israel, y en torno a ella gira la vida económica y cultural del país. Se trata de una ciudad bulliciosa y activa que ofrece cultura, arte, una rica vida nocturna y una excelente oferta gastronómica. Situada a lo largo de 14 kilómetros en la costa del Mediterráneo, Tel Aviv se extiende más allá del río Yarkon hacia el norte y del río Ayalon hacia el este. Miles de personas, con ganas de divertirse se mueven cada día por la ciudad hasta la madrugada buscando el club nocturno, el restaurante o el lugar de ocio de moda. En 1909 sesenta y seis familias que residían en Yafo fundaron el primer barrio de lo que posteriormente se convertiría en la ciudad de Tel Aviv.

Tel Aviv exhibe una gran variedad de estilos arquitectónicos que acusan la influencia de diversas escuelas, entre las que se encuentran la Bauhaus Internacional. La parte central de Tel Aviv (conocida como “la Ciudad Blanca”) contiene el mayor grupo de edificios del mundo construido según este estilo. Por este motivo, la Ciudad Blanca ha sido declarada Lugar Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.



Tel Aviv cuenta con más de 20 museos, entre los más importantes están el de la Tierra de Israel (HaAretz) y el Museo de Arte de Tel Aviv.

Con tantas opciones para salir por la noche, con tantos acontecimientos y festivales a lo largo del año, especialmente en verano, con tanta gente que llega de todos los rincones del país y del mundo para disfrutar de lo que Tel Aviv tiene que ofrecer, no es de extrañar que la llamen la ciudad que nunca para. Los habitantes de Tel Aviv salen a cualquier hora. La mayoría de los restaurantes están abiertos al menos hasta las 12 de la noche, con menús nocturnos especiales a partir de las 23:00 h.

Tel Aviv dispone de varias zonas de ocio, cada una con su ambiente, tipo de público y costumbres. En todas ellas hay bares y restaurantes, siempre encontrará un buen sitio para escuchar música en directo. Entre las zonas de ocio más conocidas están “Florentin”, barrio muy de moda situado al sur de Tel Aviv que atrae sobre todo a la gente joven; Neve Tzedek, que posee un aire retro lleno de callejuelas donde encontrará pequeños bares y cafés; un pedazo de Europa en Tel Aviv; El puerto, recientemente rehabilitado, ofrece la posibilidad de terminar la velada dando un paseo por su muelle de madera o en los diversos bares y restaurantes que abren hasta tarde y sobre todo en la playa, durante el verano la playa se convierte en el



centro de actividad. ¡Anímate! Ya sólo te queda venir a descubrirlo por ti mismo. ☺

Para más información:

Oficina Nacional Israelí de Turismo
C/Fuencarral, 101 – 28004 Madrid
Tel: 91-5943211
e-mail: israel@turisrael.com

MSC



MSC CRUCEROS, NUEVAS PROMOCIONES

En MSC Cruceros estamos orgullosos de haber conseguido para ti un ambiente único en cada uno de nuestros barcos fusionando la mejor gastronomía, un innovador diseño y un servicio inmejorable. Con MSC Cruceros, las vacaciones de tus sueños pueden costarte menos de lo que imaginas.

UN CRUCERO MSC LO RECONOCES POR SUS DETALLES

¿Conoces nuestras nuevas promociones?

Promociones MSC Family:



Familias de uno o dos adultos que viajen con niños.

Tarifas de celebración:



Lunas de miel, bodas de plata y bodas de oro.

Promociones a tu medida:



Individuales, para los aventureros que prefieren viajar solos.



Jóvenes, entre 18 y 34 años.



Mayores de 60 años.

Premia Prima*

Además, dispones de nuestras clásicas promociones: **Premia Prima*** en el que el segundo pasajero puede viajar gratis, también disponible en las suites de MSC Yacht Club**, **El Mejor Precio del Día** y, finalmente, todas las ventajas que te ofrecemos con tu tarjeta **MSC Club**.

*Descuento hasta el 100% ** Descuento hasta el 50%

Encuétranos en FITUR en el stand 8C03.

www.msccruceros.es



MSC

CRUCEROS



Inicia su nueva temporada en el mar rojo con dos buques diarios desde Sharm El Sheik

- * *Sharm El Sheik y El Cairo (Egipto), el desierto del Negev (Israel) y Petra (Jordania), por primera vez en un itinerario exclusivo a bordo del Costa Marina y el Costa Allegra durante toda la temporada de invierno 2010/11*
- * *El puerto egipcio de Sharm El Sheik tendrá un total de 38 escalas y 60.000 pasajeros*

Costa Crociere, es de nuevo pionera en el sector turístico. Los cruceros de una semana en el Mar Rojo, con salidas desde Sharm El Sheik (Egipto), operarán durante toda la temporada de invierno 2010/2011. El Mar Rojo, junto con el Extremo Oriente, los Emiratos Árabes y el Océano Índico, se convierte en otro de los destinos que **Costa** ofrece por primera vez con cruceros regulares.

El *Costa Marina*, con 25.600 toneladas de peso bruto y una capacidad total de 1.000 pasajeros, y el *Costa Allegra*, con 28.400 toneladas de peso bruto y una capacidad total de 1.000 pasajeros, saldrán del 25 de noviembre al 17 de febrero de 2011, respectivamente, y los lunes desde el 29 de noviembre al 21 de marzo de 2011, en un itinerario exclusi-

vo que incluye Egipto, Israel y Jordania, con escalas en Sharm El Sheik (Egipto), Eliath (Israel), Áqaba (Jordania), Luxor-Safaga (Egipto), Cairo-Sojna (Egipto), y regreso a Sharm El Sheik.

Los barcos de **Costa** realizarán un total de 38 escalas en Sharm El Sheik, con un movimiento total de 60.000 pasajeros.

El itinerario del *Costa Marina* y el *Costa Allegra* combina la relajación y la cultura, de un extremo a otro del Mar Rojo, entre un maravilloso mar y unos tesoros culturales y arqueológicos de inestimable valor. Desde Eilath, los pasajeros pueden contratar las excursiones de **Costa** a un oasis natural en el desierto de Negev, la fortaleza de Masada y los espectaculares paisajes del Mar Muerto. En Aqaba, podrán visitar la ciudad rosa de Petra, excavada en la montaña, y en Safaga, realizar las excursiones a Luxor y el Valle de los Reyes, para visitar las tumbas de los faraones. También podrán experimentar las maravillas de la naturaleza en Hurghada y las aguas cristalinas de la isla de Mahamya. Finalmente, desde Sojna podrán llegar a El Cairo para visitar las pirámides de Giza y la Esfinge. ☺



Dos barcos españoles promocionarán España como destino turístico en la BWR

Dos embarcaciones del equipo de Pedro Campos que participan en la Barcelona World Race (BWR) lucen en sus velas el eslogan "I need Spain", lema que identifica la marca España y forma parte de la estrategia de marketing del Instituto de Turismo de España (Turespaña) para promocionar al país como destino turístico.

En el acto estuvo acompañado del delegado de Deportes del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de la Fundación de Navegación Oceánica de Barcelona, organizadora de la Barcelona World Race, Pere Alcober, de los tripulantes del Central Lechera Asturiana, Juan Merediz y Fran Palacio, y del Mapfre, Iker Martínez y Xabi Fernández, así como del director general de ambos equipos, Pedro Campos.

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida ha destacado el orgullo que supone contar "con los mejores y más valorados deportistas españoles en el mundo" para fortalecer la imagen internacional de España. De esta manera, se pretende aprovechar la proyección internacional de la Barcelona World Race para dar a conocer el destino España.

La vuelta al mundo a dos sin escalas es uno de los eventos náuticos más importantes del mundo, con 277 millones de espectadores en todo el mundo en cerca de 180 países. Los participantes tienen por delante el reto de superar 25.000 millas, tres océanos, dos hemisferios y más de 90 días de regata. ☺



LOS MEJORES CRUCEROS FLUVIALES DE EUROPA

(FLETADOS EN EXCLUSIVA POR POLITOURS)



CRUCERO MAAS Y ESCALDA

(PAÍSES BAJOS)

Crucero 8 días / 7 noches
de Amsterdam a Bruselas (o V.V.)
salidas todos los DOMINGOS
12 de Junio a 11 Septiembre 2011

desde
975€
por persona



CRUCERO POR EL DANUBIO

(AUSTRIA-ESLOVAQUIA-HUNGRÍA)

Crucero 8 días / 7 noches
de Linz a Budapest (o V.V.)
salidas todos los LUNES
30 de Mayo a 12 Septiembre 2011

desde
985€
por persona



CRUCERO RHIN Y MOSELA

(ALEMANIA-FRANCIA)

Crucero 8 días / 7 noches
de Colonia a Estrasburgo (o V.V.)
salidas todos los LUNES
30 de Mayo a 12 Septiembre 2011

desde
1.050€
por persona



CRUCERO POR EL VOLGA

(RUSIA)

Crucero 11-12 días / 10-11 noches
de Moscú a San Petersburgo (o V.V.)
salidas MARTES y SÁBADOS
10 de Mayo a 13 Septiembre 2011
(*En Cubierta Principal)

desde
1.190€
por persona

Precios en cabina doble en fecha de Temporada Baja. Crucero en pensión completa. Incluidas varias visitas.

Información y reserva en su agencia de viajes



POLITOURS

CAA-19

www.politours.com

* CONSULTAR PRECIOS ESPECIALES PARA GRUPOS *

ENTREVISTA

Entrevista a
Susana Reoyo,
directora de 



Iberrail www.iberrail.es es el touroperador especialista en Tren + Hotel del grupo Globalia. Susana Reoyo es la Directora de Iberrail además de la Directora de Marketing de la División Mayorista del Grupo Globalia. Susana lleva ocupando cargos directivos de la mayorista desde hace más de dieciséis años, y ahora nos informa y presenta las novedades que tienen previstas para la nueva temporada 2011 con los productos Tren + Hotel y Trenes Turísticos de Lujo de este tour operador.

Para esta temporada, en nuestro catálogo general Tren + Hotel hemos incluido una gran selección de establecimientos y todos los trenes operados por Renfe: Alta Velocidad, Larga Distancia y Media Distancia, como los Ave, Alaris, Alvia, Altaria, Talgo, Euromed, así como el Trenhotel, servicio nocturno de alta gama en rutas nacionales e internacionales, en esta última con los trenes Elipsos, y los europeos Thalys, Eurostar y con Trenitalia, en sus modernos Frecciarossa y Frecciabianca.

Nuestro catálogo cubre cualquier destino en la península así como en las principales ciudades europeas. También

incluye el programa "Escapadas", que en el 2010 tuvo un gran éxito y que esperamos que en el 2011 vuelva a tenerlo. Escapadas, ha sido la gran apuesta de Iberrail que junto con la colaboración de Renfe y de las cadenas hoteleras más prestigiosas a nivel nacional se ha conseguido un producto muy competitivo, una noche de hotel + el viaje de ida y vuelta en tren, con más de 300 ofertas para más de 40 ciudades españolas.

Por otra parte, estamos dando formación tanto a nivel interno como a las agencias de viajes para que conozcan hasta el último detalle de todo lo relativo a los trenes; personal, idioma, servicios, compartimentos y que puedan conocer personalmente como son y como funcionan estos trenes.

Queremos que el agente sea un verdadero profesional que ayude a programar el viaje a su cliente. Esta temporada nuestra novedad son los trenes turísticos de lujo con una programación extensa recogida en un catálogo exclusivo denominado Trenes Turísticos de Lujo.



-¿Como se ha comportado el mercado con el producto que ofrecéis de Tren+hotel?

Tengo que decir que desde el relanzamiento de **Iberrail**, hemos conseguido posicionarlo como el touroperador de referencia en el mercado turístico del producto Tren + Hotel. Las agencias de viajes cada vez más apuestan por un touroperador especialista en estos productos. El año pasado, el producto "Escapadas" ha sido el 55 por ciento de la venta. A nivel de resultados, **Iberrail** ha hecho un gran año en el 2010.

-¿Tenéis alguna previsión para el presente año y qué novedades?

Nosotros en el 2010 hemos crecido mucho en las ventas de Feve, tanto con el "Transcantábrico" como en el reciente incorporado "Expreso de la Robla", que con un precio asequible ha hecho más fácil la venta al cliente final. Para ello esta temporada hemos publicado un nuevo y exclusivo Catálogo especializado en "Trenes Turísticos de Lujo" en el que recogemos los programas de Feve: el "Transcantábrico Gran Lujo", un crucero de 5 estrellas por el norte





de España en el que todos sus compartimentos son "Suite Privilege"; el "Transcantábrico Clásico"; el nuevo itinerario de "El Expreso de la Robla", itinerario Porta Norte, por Asturias y Cantabria; el de "Castilla y León", los trenes turísticos del norte: "Históricos", "Estrella del Cantábrico" y "Costa Verde", etc.

Además, para esta temporada incorporaremos como novedad uno de los trenes más exclusivos y famosos: el "Orient Express", con una cuidada selección que incluye el mítico Paris-Estambul y Estambul-Venecia, en el legendario "Venice Simplon" y el espectacular recorrido por las

Tierras Altas Escocesas en el "Royal Scotsman" y del "Eastern & Oriental Express" por las exóticas regiones asiáticas.

-¿Vuestros productos se venden sólo en agencias de viaje o también por Internet?

Iberrail, como el resto de touroperadores del grupo de Globalia, sus productos son vendidos a través de las agencias de viajes. También estamos en Internet para informar y dar a conocer todos los productos, pero la venta final al cliente se hace siempre a través de las agencias de viajes minoristas, bien a través de nuestra web www.iberrail.es o a través de nuestra central de reservas, la cual está formada por un equipo humano cualificado y experto en este tipo de productos.

-Volviendo al producto Tren+Hotel, ¿Qué destinos ofrece?

El origen más vendido es Andalucía, con Málaga y Sevilla. Madrid, Barcelona y Sevilla son los destinos más demandados por los clientes. Igualmente, con los trenes Alaris hace que Tren + Hotel aporte otros destinos como Oviedo, Gijón, Bilbao, San Sebastián, una opción para un fin de semana a distintas ciu-

dades de la península. Ahora tenemos que destacar el nuevo Ave a Valencia inaugurado el pasado 19 de diciembre, que va a ser muy comercializado y será el destino estrella para este año en el programa Tren + Hotel.

Para finalizar quiero indicar que con motivo de la puesta en marcha el pasado verano de los trenes de media distancia de Renfe, los hemos incluidos en nuestro catálogo, ofreciendo como ejemplo un Madrid-Salamanca o un Madrid-Toledo. Quiero recordar que también seguimos manteniendo el producto Paradores con toda la red de establecimientos por la geografía española, y un amplio abanico de Balnearios



y Spas. Además hemos incorporado la parte de Costas españolas desde este verano dando así más opciones de viaje para el cliente. Por supuesto también seguimos trabajando con Portugal. Y otra novedad incluida en nuestro Catálogo es que desde Madrid y Barcelona damos la posibilidad de traslados tanto privados como colectivos y también excursiones facultativas en cualquiera de estas ciudades. ☺



Pullmantur piensa en **ti**

pullmantur

**Tener unas vacaciones
inolvidables depende de ti**



Con tu ayuda podremos hacer que unas simples vacaciones se conviertan en unas vacaciones inolvidables. La única preocupación de tus clientes será disfrutar de unas merecidas vacaciones con el auténtico **todo incluido de Pullmantur, comidas y bebidas, día y noche.**

agencias.pullmantur.es



Entrevista a **Alfredo Serrano,** Director General de Iberocruceros

Alfredo Serrano es uno de los ejecutivos con más experiencia en el mercado de cruceros. Tras trabajar en varias multinacionales del sector tecnológico, este ingeniero industrial entró en Spanish Cruise Line en 2002, de los tiempos de Miguel Ángel Fernández Villamandos. Actualmente, con la jubilación de Mario Martini, probablemente asuma la máxima responsabilidad de Iberocruceros.



Alfredo Serrano es, por lo tanto, un profundo conocedor del mercado español de cruceros, por lo que nos interesamos en conocer su opinión sobre la evolución del producto cruceros en España. Esta pregunta genérica fue respondida por Alfredo Serrano con un profundo análisis de la evolución de nuestro mercado, indicando desde su punto de vista hay tres etapas claramente diferenciadas.

"Inicialmente esta la fase de los pioneros, que comienza a finales de la década de los años noventa, con Pullmantur con el Rembrandt y luego con el Oceanic, y Spanish Cruise Line con el Bolero. En ese





momento ciertas personas y empresas demostraron que creían en los cruceros, y en el potencial de este producto en España. Ahora es fácil hablar del éxito y de las posibilidades de los cruceros, pero en aquella época sólo teníamos alrededor de 20.000 cruceristas. En ese momento se apuesta por ciertos productos que demostraron que existía futuro. Posteriormente se produjo una evolución, basada sobre todo en el crecimiento de la oferta de las navieras. En Pullmantur compraron nuevos buques, como los antiguos "R" de Renaissance Cruises, e Iberojet, como continuadora de Spanish Cruise Line, adquirió el Voyager, el Mistral, etc. Este crecimiento del mercado español pronto provocó la llegada de las multinacionales". En **una segunda fase, que tiene lugar a mediados de la década anterior**, "las grandes marcas españolas del sector son absorbidas por las dos grandes multinacionales que dominan el mercado, Pullmantur por Royal Caribbean, e Iberojet, por Carnival, creándose Iberocruceros. En esos años las navieras están evaluando la capacidad real, los límites del mercado español, mientras que integran las marcas españolas en los grupos multinacionales, simultáneamente al desembarco de otras navieras propias en España, como Royal Caribbean International, o competidoras, como MSC".

"Se está comenzando a producir una cierta segmentación en el mercado español de cruceros"

"En una tercera fase que estamos viviendo en la actualidad se está produciendo una consolidación del sector. También se está comenzando a producir una cierta segmentación en el mercado español de cruceros. Anteriormente, un crucero era un crucero, y en las agencias de viaje no se diferenciaba Pullmantur de Silversea. Ahora, la distribución es

capaz de enunciar las diferencias entre MSC, **Iberocruceros**, Costa, etc. Eso es bueno porque ayuda a asentar la oferta y a reconocer un proyecto empresarial con una buena relación calidad/precio".

Preguntado sobre el crecimiento futuro, el director general de Iberocruceros comenta que "la oferta en nuestro mercado seguirá creciendo. El crecimiento continuará pero no al mismo ritmo que en el pasado. Eso sí, también crecerá la competencia porque habrá una moderación en la demanda de cruceros".

"Iberocruceros vende un producto español para pasajeros españoles, y también portugueses"

Respecto al ejercicio actual, Alfredo Serrano comenta un crecimiento espectacular de su compañía: "Acabaremos 2010, que ha sido un año muy difícil, con aproximadamente 120.000 pasajeros en España, y alrededor de 180.000 añadiendo los transportados en Sudamérica. Mientras otros se mantenían o bajaban su oferta, nosotros crecimos en barcos, en camas, en rutas. También crecimos en número de puertos base, en un intento de aproximar los cruceros al resto de España, con Vigo, Bilbao, etc. Esto supone más gastos de marketing, porque hay que explicar más itinerarios, y también más gastos de operación. Pero a la larga mejora nuestra imagen de compañía española. Han existido años mejores, pero nos hemos consolidado como el segundo operador en España, y hemos incrementado nuestra cuota de mercado respecto a nuestra competencia, sobre todo por nuestra relación calidad precio". **Precisamente la internacionalización de su compañía es otro de los aspectos más destacados:** "Esta será nuestra sexta temporada en Brasil. En los primeros años sólo fletábamos nuestros buques, que eran comercializados por mayoristas de ese país. Este es el segundo año en el que comercializamos directamente nuestro producto, utilizando la infra-

estructura de Costa en Sudamérica. En Brasil crece la demanda, crece la oferta, con una clase media emergente. Brasil es como un continente, y en el presente muchos brasileños pueden conocer a través de los cruceros ciudades que antes les estaban vedadas. Los índices de ocupación son muy altos, y los resultados económicos son muy importantes. Pero, como en España, la competencia es muy grande".



"Iberocruceros se ha consolidado en 2010 como el segundo operador en España"

Costa en un armador con más de cincuenta años de experiencia en el tráfico de pasajeros, y muchos años de presencia en España ¿Se puede reproducir en nuestro país las sinergias de todo tipo, incluso comerciales, entre ambas marcas, tal como ha ocurrido en Brasil? "España es el mercado fundamental para **Iberocruceros**. Nosotros vendemos un producto español al gusto de los españoles. Por ello, aunque en Brasil los buques de **Iberocruceros** sean vendidos por Costa, no es un modelo que se repetirá en España. Es un mercado desconocido para nosotros. También es un mercado más segmentado. En suma, no es España. En nuestro país seguiremos con marca y organización propia: primero por fondo de comercio; y segundo por ser un producto 100 por 100 español".

Pullmantur ha comenzado a vender sus cruceros en Francia a



Alfredo Serrano conversando con Mario Martini.

través de su filial Croisieres de France, y en otros países ¿seguirá Iberocruceros esa senda? Alfredo Serrano contesta con contundencia: "Pullmantur siempre ha realizado pequeños embarques, pero nosotros no queremos poner en riesgo nuestras operaciones con españoles y portugueses, que son de las que comemos en la compañía". **Pero dada la estacionalidad del mercado español ¿cómo van a llenar sus buques en temporada baja?** "Brasil supone una de las salidas más importantes dada la complementariedad de las temporadas altas austral y europea. Otra opción son los fletes de nuestros buques en temporada baja. En 2011 fletaremos el Grand Mistral a TMR, una agencia de viajes francesa, durante 45 días en abril y mayo. Este año fletamos dos buques como hoteles flotantes en Argelia, etc. Con esta opción mejoramos nuestros resultados económicos. También vamos a tratar de incrementar nuestra posición en el mercado de incentivos, y este año ya hemos tenido varios fletes para entidades españolas".

Iberocruceros ha incrementado su flota en 2010 con el Grand Holiday, mientras que la competencia no ha crecido. La pregunta era obvia: ¿Cómo valora la expansión de su flota? Alfredo Serrano indica que "Iberocruceros sigue invirtiendo en barcos a pesar de la crisis. En 2008 incorporamos un

nuevo buque, el Grand Celebration, y este año ha llegado el Grand Holiday tras una reforma de sesenta millones de dólares. Con estas incorporaciones completamos la flota prevista. No existen planes a corto plazo sobre la incorporación de nuevos buques en la flota de **Iberocruceros". Preguntado por la llegada de buques tamaño panamax a la flota de Iberocruceros, Alfredo Serrano concluyó que** "estos barcos no son viables si se usan exclusivamente para un sólo mercado. El mercado español, por sí sólo, no puede absorber este tipo de buques y esto iría en contra de nuestro producto español. Además, nuestro concepto de toque, de trato humano, no es compatible con los megabuques".

Por otro lado, Iberocruceros dispone de tres buques de alrededor de 700 camarotes, y otro considerablemente más pequeño, el

Grand Voyager. Preguntado sobre el rol de este último contestó que "El Grand Voyager lo estamos utilizando para abrir nuevas rutas en la compañía, algo que ocurre cuando llegan nuevos buques. Fue el pionero en el norte de Europa, en el Egeo, en el Atlántico, etc. Es el barco que abre camino a los nuevos destinos de la compañía. También es curiosamente el barco con mejores índices de satisfacción de la flota. Hay que tener en cuenta que un 98% de nuestros cliente valoran como muy buena, o buena su experiencia a bordo. Este año el Grand Voyager no irá a Brasil para no incrementar la oferta. Pasará un wet dock y luego será el primer buque en abrir la temporada 2011".

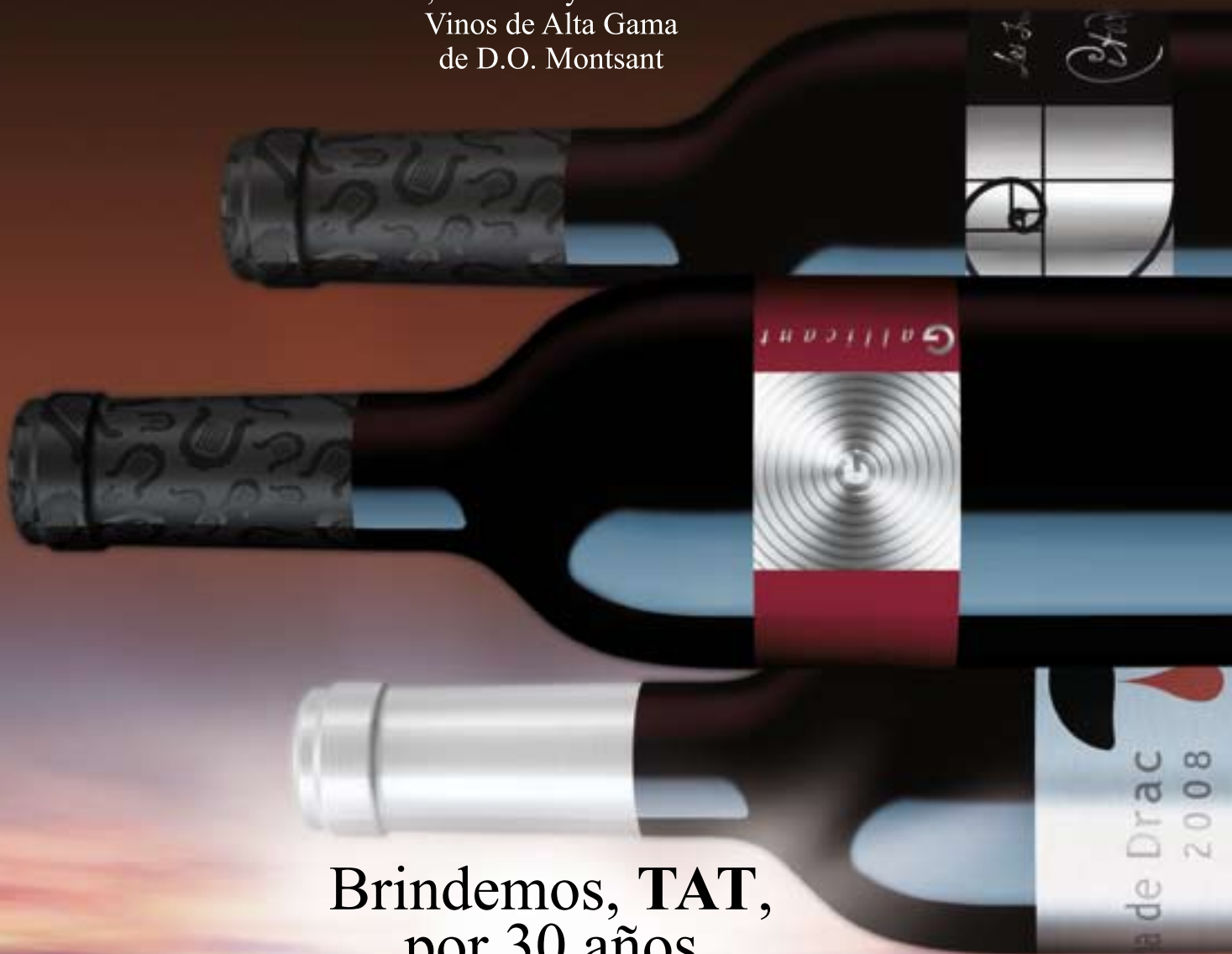
Para finalizar la entrevista, le planteamos a Alfredo cual es el destino de crucero más importante para su compañía y las perspectivas para 2011: "El Mediterráneo desde Barcelona o Valencia sigue siendo la ruta más atractiva para **Iberocruceros**. Pero de cara al futuro, todas tienen mucho potencial y nuestra compañía quiere tener algo que ofrecer para todo el mundo". Y sobre 2011 indicó que "este año hemos hecho pública la programación de 2011 septiembre de esta año, para incrementar la venta anticipada. Y a noviembre de 2010 las ventas son muy superiores que las que se registraban hace un año para el 2010, lo que nos hace ver el futuro con optimismo".

Arturo Paniagua



Vuela alto, sobre la tormenta encontrarás el sol.

Citareus, Gallicant y Karma de Drac
Vinos de Alta Gama
de D.O. Montsant



Brindemos, TAT,
por 30 años
de alto vuelo.



Los Trovadores

info@lostrovadores.com
www.lostrovadores.com



POLITOURS UNO DE LOS TOUR OPERADORES VETERANOS QUE MÁS HA HECHO POR EL TURISMO EN ESPAÑA



Manuel Buitrón, presidente ejecutivo.

Politours un tour operador que está presente en el mercado nacional desde 1974, un verdadero pionero del turismo, que esta publicación ha venido comprobando durante estos treinta años su ascenso en el sector y su lucha constante por ofrecer lo mejor y estar actualizado en todos sus destinos



En sus primeros años de vida, **Politours** se convierte en el primer tour operador español con vuelos *charters* a países del este, (Bulgaria, Rusia, Checoslovaquia, etc.) También su actividad se llevó a cabo en Europa oriental (Grecia y Turquía), teniendo como sedes principales Madrid y Barcelona. En 1980, asume el reto de ofrecer como destinos masivos viajes organizados a Egipto, India y Tailandia. En 1982 fue co-fletador de a primera cadena *charter* de la ruta Madrid-Miami por Aviaco. Y ese mismo año crea una "corporación USA" con sede en Florida. Dos años después comenzó con la programación de la Unión Soviética alcanzando al año siguiente el liderazgo absoluto del mercado ruso, hasta el día de hoy.

A mediados de los 80, **Politours** confirma su posición líder en el mercado: cubre programaciones a los cinco continentes. En 1986 se transforma en una sociedad anónima independiente cuyo principal accionista es Manuel Buitrón, su actual presidente ejecutivo.

Termina esta década con la introducción de Cuba en su programación. La facturación de **Politours** ronda los 5.000 millones de pesetas y supera los 50.000 pasajeros/año transportados en viajes organizados.

Durante los años 90 es su gran expansión, aumentan los destinos. Cancún (México) con Air Europa, Kenia con LTE y Salvador de Bahía (Brasil), también con Air Europa. En 1991 entra en el accionado de Air Europa, asumiendo la vicepresidencia y dos consejeros. Tres años después vende su participación del 25%. Después abre paulatinamente delegaciones en Valencia, Vitoria, Málaga y La Coruña. En 1994 es el tour operador preferente de Aeroméxico, abriendo nuevas rutas turísticas para españoles. Y cierra esta nueva década con una producción de 10.000 millones de pesetas y cerca de 83.000 pasajeros/año.

La consolidación y los grandes resultados llegan en los años 2000, mantienen sus paquetes turísticos en los cincos continentes, se conso-

lida la programación de "Ferias" en Europa y desarrolla un departamento especial para el mercado latinoamericano. Amplia vuelos a Canadá, vuelos directos de Air Canadá, así como *charters* a Sicilia y Malta, desde Madrid y Barcelona.

Se lanza en 2002 a un ambicioso proyecto de crear una programación de cruceros fluviales por los ríos europeos como el Rin, Sena, Danubio y Elba, fletando barcos completos para personalizar el servicio, con la gran experiencia de Manuel Buitrón y creó su división de Cruceros Fluviales, Politours River Cruises. Además apuesta por los destinos mediterráneos completando sus programaciones a Sicilia (con Palermo y Catania), Croacia (con Dubrovnik) y Malta, con vuelos desde Madrid y Barcelona. Se amplían programaciones a Rusia, con vuelos de Spanair, salidas a Tallín, Cracovia, y se fletan Cruceros rusos.

La fidelización al cliente se ideó en 2007 con la tarjeta Premium, que distingue con importantes ventajas a los viajeros repetidores, con más de 3 viajes.

En los últimos años las nuevas tecnologías le ha facilitado el desarrollo y la creación de un espacio donde aparecen una serie de herramientas para acercarse e informar mas al consumidor y al agente de



viaje con su web puramente informativa de acceso libre (sin claves ni registros) con grandes novedades, promociones, microespacios de ofertas cambiantes. Los agentes pueden descargarse material como *posters*, carteles publicitarios, acceso a sorteos y concursos, por supuesto enlaces a Youtube, Facebook, Twitter y Flickr; con todo ello el mayorista tiene la opción de poder integrarse y participar con su internauta, y saber su opinión y necesidades para escoger viajes, sabe darles un trato profesional y les explica con toda claridad sus pros y contras de cada destino. Actualmente cuentan con más de 1.500 fans. 🌐



(Fitur) 2011 19-23 ENERO

Feria Internacional de Turismo

www.fituronline.com

ORGANIZA



TU ENCUENTRO

SI QUIERE LLEGAR LEJOS
EN SU NEGOCIO,
ÉSTE ES SU DESTINO.



Miembro de:



TAT 30 AÑOS YA...



Antiteatro Flavio Coliseum en Roma.

San Pedro desde el Castillo de San Angelo.



...Y no lo parece! Pues la revista sigue llena de vigor, renovada, puesta siempre al día y al tanto de cualquier noticia que se relacione con el ir y venir de los turistas. Un aplauso a toda su redacción que demuestra y suscita un gran interés en todo lo que enfoca, ayudando, sobre todo, con sus informaciones a elegir el destino más apropiado a los gustos y al presupuesto del potencial viajero.

...30 años de turismo cultural en Italia

Con este objetivo, como corresponsal de Italia, he puesto mi granito de arena. Desde el principio, para la serie 'Italia por descubrir' he apostado por estimular un turismo cultural, que en definitiva es el mejor que ofrece este país (con la más alta concentración de patrimonio arqueológico-histórico-artístico del mundo). Belleza en estado puro! Y para disfrutar de ello, además de su excelente enogastronomía, se puede perdonar la acogida no siempre perfecta: altos precios, estrellas

que no siempre coinciden con la categoría de los hoteles, comunicaciones difíciles...

Los testimonios del glorioso pasado de Italia han atraído siempre a millones de visitantes, desde el famoso 'Grand Tour', ese largo viaje en la Europa continental realizado por la aristocracia europea a partir del siglo XVII para ampliar la propia cultura. En este contexto, Italia era la privilegiada, sobre todo Roma, incluyendo otras etapas en Venecia, Florencia, Bolonia, Nápoles y Sicilia.



Han transcurrido algunos siglos y ese turismo de élite ha pasado a la historia. Desde hace años, imperan las masas donde la nacionalidad predominante ha ido alternándose según los altibajos del país de procedencia: antes los más adinerados, que podían permitírselo, eran los norteamericanos, después fueron los japoneses y actualmente los mejores clientes son los rusos, independientemente de los medio-estables como alemanes, españoles, franceses e ingleses, que no han dejado de faltar. Desde aquí, otro gancho muy especial lo lanza el Papa, en su sede el Vaticano, y no sólo para los católicos practicantes sino también para todo aquél con cierta sensibilidad hacia lo espiritual.

Desde el Jubileo de Roma de 2000, me dedico también al arte -eventos, exposiciones, restauraciones, aperturas de museos, etc. - y, en su momento lo decidí sin prever que a partir de aquel año -que registró una explosión de acontecimientos artísticos-, éstos se hubieran multiplicado y esparcido por toda Italia. Fenómeno que desde entonces conlleva un aumento del turismo local, en especial, el de la llamada tercera edad, que cuenta con tiempo y renta suficiente para visitar otras ciudades del propio país, dejadas en lista de espera para después de la jubilación.

Alguien ha dicho que 'el arte se ha convertido en un producto de consumo más'. Sin desmentirlo, añado que es mejor consumir exposiciones en vez de otros productos que están homologando las diferentes sociedades de nuestro planeta. Y me siento muy satisfecha de transmitir estas noticias, que por lo menos distraen y elevan al individuo de la rutina diaria.

En este sentido, Italia se está preparando para conmemorar en 2011 los 150 años de su Unificación y para sus celebraciones, da la salida Turín, la primera capital, que a partir de la primavera y durante gran parte del año, en La Venaria Real -entre los cinco monumentos más visitados del país, residencia de la casa Saboya, la dinastía que reinó

en la Italia unida- desplegará 'La Real Italia. Arte, Gusto, Moda, Genio italianos' con las exposiciones 'La bella Italia. Arte e Identidad de las ciudades capitales' (un muestrario de lo mejor del arte italiano en las distintas capitales), 'Leonardo' (que exhibe el Autorretrato de Leonardo) además de 'Italia se espeja' junto con 'Jardines, huertos y mesas reales' en el marco encantador de sus Jardines, y tentar al paladar con las 'Cenas reales' protagonizadas por grandes nombres de la cocina italiana. Cabe señalar 'El futuro en las manos', inspirada en las Exposiciones Internacionales de las Industrias y del Trabajo que Turín organizó en 1911 y 1961 para el Cincuentenario y Centenario de la Unidad de Italia, la reseña-laboratorio traza la perspectiva de un nuevo trabajo 'artesano metropolitano'.

Asimismo, están previstas la reapertura de monumentos históricos, como el Museo Nacional del Resurgimiento, y la inauguración de nuevas instalaciones museales y grandes zonas verdes.

El programa cultural para el 150º aniversario comprende espectáculos teatrales, exposiciones y congresos en las principales sedes culturales

Arco de Constantino y el Coliseum Roma.



Fontana de Trivi en Roma.



de la capital piemontesa y de la región, e implicará todo el país. No me queda más que desear: felicidades, Italia! ●

Toda la información al respecto www.italia150.it

Carmen del Vando Blanco

Puente Rialto en Venecia.





COLOMBIA

Un país de contrastes. Un destino para 2011

* *Sol y playa, historia y cultura, ciudades con múltiples actividades, ferias y fiestas y turismo corporativo evidencian que Colombia es un país de contrastes con una amplia y diversa oferta turística*

Colombia es un destino turístico de crecimiento constante en los últimos años. Desde 2007, el incremento de viajeros ha sido imparable, desde 1,2 millones de turistas hasta los 2,4 alcanzados en 2009. El optimismo es tal que incluso se ha fijado en 5 millones la cifra de turis-

tas a alcanzar en los próximos cuatro años. Para ello, las conexiones aéreas es uno de sus puntos fuertes: cuenta con 578 vuelos semanales directos, tanto desde las principales ciudades de España (Madrid y Barcelona), como desde el resto de Europa, el Caribe y el continente americano, que acercan a Colombia al resto del mundo.

crucero, en los que amarran algunas de las compañías cruceristas internacionales más importantes. En total se han contabilizado 208 cruceros hasta el próximo mes de Mayo, final de la temporada crucerista.

Colombia es un país perfecto para visitar grandes ciudades que cuentan toda la historia y el arraigo de un pueblo apasionado. Bogotá, Cali, Medellín y Cartagena, son algunas ciudades que albergan imponentes museos y rutas históricas de los personajes de la independencia colombiana. Son también el escenario de eventos culturales como el *Festival Musical* de Cartagena, el *Festival Internacional de Cine* de Cartagena de Indias, el *Hay Festival* –que llena la conocida como “ciudad Heroica” de los principales intelectuales y autores-, el *Festival Iberoamericano de Teatro* y la *Feria Internacional del Libro*, entre otros muchos.

Sus museos presentan significativas colecciones de arte universal, Medellín se llevan a cabo ferias internacionales como *Colombiamoda* y *Colombiatex* y proliferan alegres locales nocturnos, como el afamado Andrés carne de res, y elegantes restaurantes.

Los grandes centros de convenciones, **Colombia** cuenta con espacios mágicos como museos históricos, baluartes y haciendas tradicionales para complementar la experiencia. ☉

Sol, playa y entretenimiento

Para este año, el turista no se puede perder los 1.600 kilómetros de litoral en el Caribe y 1.300 kilómetros en el océano Pacífico, con más de 300 playas, para todos los gustos. Cartagena de Indias, San Andrés y Santa Marta, concentran una oferta única en la zona Caribe, donde se puede disfrutar de playas seguras, parajes naturales exóticos y excelentes zonas de shopping, restaurantes de alta gastronomía, hoteles cinco estrellas y los famosos “ecohabs” en el Parque Nacional de Tayrona, en Santa Marta.

Estas mismas ciudades son los principales puertos de entrada vía



Gracias a TAT por 30 años transportando impresiones...

NUESTROS SERVICIOS:

Preimpresión | Imposición | Impresión
Acabados | Encuadernación | Manipulados



RUNI print
art & printing s.a.


RUNI print

y


Digital
print

son empresas del


Grupo
RUN
Servicio Integral de Artes Gráficas

WWW.GRUPORUN.COM

FITUR 2011 refleja la recuperación del sector turístico

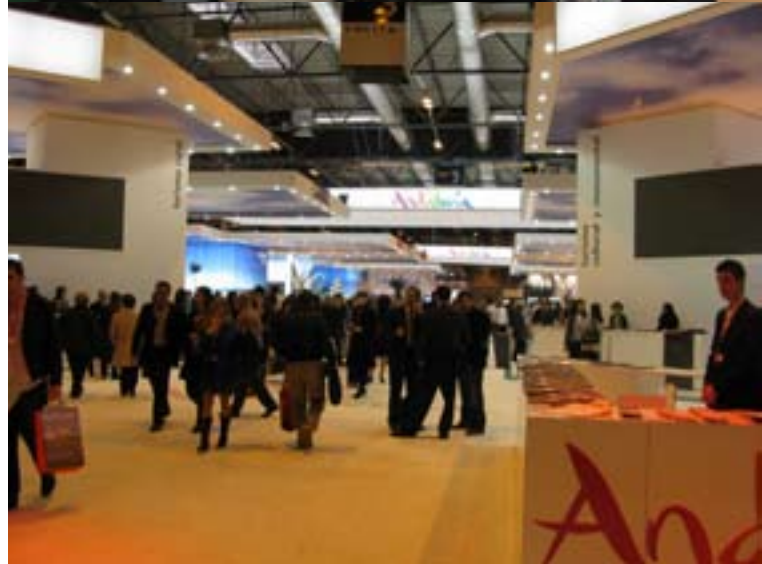


La trigésima primera edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR, organizada por IFEMA y que se celebra del 19 a 23 de enero de 2011, comienza a reflejar la recuperación del sector turístico. FITUR ha confirmado la participación de más de 10.500 empresas, originarias de 166 países y/o regiones. De esta forma, la oferta del certamen ocupará 10 pabellones de la Feria de Madrid, alcanzando los 75.000 metros cuadrados netos de exposición. Entre estos datos destaca el crecimiento del 2% registrado en el área empresarial, lo que hace confiar en la recuperación del mercado. El incremento de las compañías participantes se refleja en la Feria con el regreso de algunas firmas como el proveedor tecnológico Amadeus, el grupo hotelero Accor y la compañía de alquiler de coches Nacional Atesa, entre otros. A ellos se suma la vuelta a FITUR con stand propio de Iberia, la aerolínea de referencia para el mercado español.

FITUR 2011 acoge la llegada, por primera vez, de algunos destinos, como República del Congo y Pakistán,



De derecha a izquierda, Ana Larrañaga, directora de FITUR; Antonio Vázquez, presidente del Comité Organizador de FITUR y presidente de IBERIA; Luis Eduardo Cortés, presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, y Fermín Lucas, director general de IFEMA.



además de nuevas representaciones oficiales como las de Nueva Zelanda, Líbano y Sudáfrica. La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), para la edición 2011, ha aumentado su ya importante representación en el Salón un 24%, respecto a la última convocatoria.

La Feria refleja la evolución turística de determinadas áreas emergentes. Entre otras, crece la participación en algunos de los mercados que mejor comportamiento han manifestado durante la recesión económica, como ocurre con Asia-Pacífico, que incrementa su pre-

(Fitur) 2011

sencia un 4%; y el Norte de África y Oriente Próximo, que aumenta un 3%. Y Europa con un crecimiento del 5%.

Con este objetivo de favorecer las transacciones comerciales, el certamen, que cuenta con el canal de noticias CNN como televisión oficial internacional, inaugura FITUR LGBT, un espacio que reunirá los programas dirigidos al colectivo de lesbianas, gays, homosexuales y transexuales, uno de los segmentos del mercado turís-



desarrollo, a través del turismo, de las áreas más desfavorecidas. En esta edición, se cuenta con la participación, de los países pertenecientes al *Southern African Development Community* (SADC). También junto a la OMT y al Patronato de Turismo de Madrid, se organiza FITUR GREEN, un espacio que combina el área de exposición con unas jornadas para favorecer la implantación de sistemas más sostenibles en los alojamientos turísticos.

El monográfico FITUR CONGRESOS se convierte en esta edición 2011 en FITUR MEETINGS & EVENTS, el *workshop* dedicado a viajes de reuniones, incentivos, congresos y eventos

FITUR ha potenciado su presencia en las redes sociales. Ahora, a su perfil de *Facebook* y su presencia en *Youtube*, se suma el blog de su Web www.fitur.es que recoge los comentarios de profesionales del turismo sobre temas de actualidad del sector; y, también con el fin de fomentar el debate sobre la industria, se ha abierto un espacio en *Linked In* y otro en *Twitter*, mientras que las imágenes de la Feria se podrán compartir a través de *Flickr*. ☺

tico con mayor potencial de desarrollo. Esta propuesta que se suma a iniciativas convocadas por primera vez el año pasado y que, dada su extraordinaria acogida, celebran su segunda edición en 2011, como RECEPTIVO ESPAÑA, el apartado del Salón dedicado a los programas que promueven España como destino turístico; y de INVESTOUR, un foro que se organiza en colaboración con la organización Mundial del Turismo (OMT), y que pretende incentivar las inversiones de las empresas españolas en África para favorecer el



El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio entrega las Medallas y Placas al Mérito Turístico 2010



Los homenajeados al final de la entrega de las medallas.

Medallas al Mérito Turístico:

- **Vicente Alberto Álvarez Areces.** Presidente del Principado de Asturias durante las tres últimas legislaturas
- **Hermanos Roca (Joan, Jordi y Josep).** Se trata de la tercera generación de una familia dedicada a la restauración
- **Juan Andrés Melián.** Vicepresidente primero de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE) y Presidente de Honor de la Mesa del Turismo
- **Jesús Gatell.** Presidente desde 1997 de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, entre otros cargos
- **Juan Llull.** Presidente de Hipotels
- **Natalie Vorobieva.** Directora general de Natalie Tours
- **José Antonio Labordeta.** Galardonado, a título póstumo

Placas al Mérito Turístico:

- Hotel Ritz de Madrid, Air China y Catai Tours

El ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, ha entregado el pasado 2 de diciembre las Medallas y Placas al Mérito Turístico 2010, que reconocen la labor desempeñada en favor de la industria turística española.

Un total de siete personas y tres instituciones han sido galardonadas en esta edición, reconociendo su notable y extraordinaria contribución al desarrollo, fomento y promoción del turismo. Los galardonados han sido:



Primer Centro de la Red Vinarea de la Ruta del Vino Montilla-Moriles

* *La antigua bodega cooperativa San Acacio, en Montemayor, se ha convertido en el Centro de Interpretación Memorias del Vino Pedro Ximénez*

La Red Vinarea de la **Ruta del Vino Montilla-Moriles** ha comenzado su andadura en Montemayor con la inauguración del Centro de Interpretación Memorias del Vino Pedro Ximénez el pasado 13 de Diciembre. Al acto asistieron el secretario general de la Subdelegación del Gobierno de Córdoba, José Antonio Caballero, y el delegado de Turismo de la Junta de Andalucía, Juan Torres Aguilar, además del alcalde de la localidad José Díaz y la presidenta de la Ruta, Rosa Lucía Polonio.

La **Ruta del Vino Montilla-Moriles** ha inaugurado el primer centro de la Red Vinarea, un proyecto que aúna museos y centros de interpretación en una oferta turística cultural innovadora, competitiva y de calidad, que parte de la recuperación, la conservación y la revalorización del patrimonio de la comarca.

El principal eje argumental de este Centro es la historia social y la cultura del vino como valor diferencial del



Centro de Interpretación Memorias del Vino Pedro Ximénez, Montemayor.

territorio y de los vinos de Montilla-Moriles como vinos con alma. Así, dentro de las líneas de trabajo del Centro encontramos el estudio histórico del vino de la zona y su valor en la economía local y comarcal, el papel de la mujer en la sociedad del vino, los ritos de iniciación en torno al mundo del vino o las fiestas y las relaciones sociales, entre otros. ☺

¿Te gusta viajar?

Hasta que decidas dónde y cómo,
entra en www.paralelo20.com

El programa de radio sobre
turismo más escuchado de internet

1.500 miembros en el
Club Viajeros del Paralelo20
en tan sólo dos meses

facebook @tuenti twitter

Blogeros
Colaboradores,
sé tú uno de
ellos y ven al
programa



paralelo20

Producido por [idealmedia](http://idealmedia.com), Plataforma de Comunicación

Actividades y viajes
gratuitos para
los agentes

www.paralelo20.com
tu programa de viajes en la radio online

Presentado por Marcial Corrales, Eva Madruga y Eduardo Ruiz

Para cualquier consulta o información: [idealmedia](http://idealmedia.com). Gran Vía, 73 - 6ºC. 28013 Madrid. Tfn: 91 183 17 30



Alejandro García, diputado de turismo de Valladolid, Mariajose Salgueiro, consejera de turismo, Cecilio Vadillo, subdelegado de gobierno en Valladolid y Félix Ángel Martín, presidente de la ruta.



La Ruta del Vino Ribera del Duero, certificada

** Todos los socios de la Ruta han superado las auditorías de ACEVIN, confirmando así el alto nivel de calidad de la propuesta enoturística en la Ribera del Duero*

La certificación de la **Ruta del Vino Ribera del Duero** ya es una realidad. Así lo confirmaron la consejera de Cultura y Turismo de Castilla y León, María José Salgueiro, acompañada del subdelegado del Gobierno en Valladolid, Cecilio Vadillo, el presidente de la Ruta, Félix Ángel Martín, y el diputado de Turismo de Valladolid, Alejandro García. Un éxito de todos y cada uno de los agentes implicados en este proyecto: los más de 120 socios y todas las instituciones que lo han promovido y apoyado desde hace años.

El 14 de Diciembre de 2010 será recordado por el sector enoturístico de la Ribera del Duero como el día en el que la **Ruta del Vino** consiguió la certificación. Una certificación que implica la completa adecuación de todos los establecimientos que forman parte de esta Ruta a los criterios recogidos en el Manual de Calidad de Rutas del Vino de España, un Club de Producto creado por ACEVIN y apoyado por la Secretaría de Estado de Turismo y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. En dicho manual se definen las condiciones que la Ruta debía cumplir para formar parte de este Club de Producto: sistema de gestión, señalización, promoción y comercialización. ☺



El turismo y la cultura se promocionan en Madrid con las Rutas del Vino de España



** El Club de Producto promovido por ACEVIN ha mostrado los atractivos de un producto de calidad que cuenta cada vez con un mayor número de seguidores*

Las **"Rutas del Vino de España"** reunieron a profesionales del sector turístico y la industria vitivinícola en un workshop celebrado en Madrid, donde se han presentado todas las posibilidades del enoturismo de calidad que representa esta marca. Durante el evento también se ha celebrado un encuentro institucional con las administraciones y una muestra turística abierta al público en general para dar a conocer la oferta de las 21 rutas que actualmente forman parte de este Club de Producto.

"Rutas del Vino de España" ha visitado de nuevo Madrid donde, durante dos días, ha celebrado actos de promoción dirigidos a públicos específicos. El Club de Producto de ACEVIN presentó su oferta turística en un workshop dirigido a touroperadores, agencias de viajes y agentes del sector de la distribución y la gastronomía, en el que las diferentes Rutas mostraron todas las posibilidades de un producto que abarca y relaciona diferentes áreas como los viajes, la restauración y la hotelería. ☺



Invitation

The Tourism Corporation of El Salvador

*invites you to the 17th edition of MITM Americas,
Meetings and Incentive Travel Market,
to be held in San Salvador, El Salvador
from November 16th to 18th, 2011.*

MITM FACTS:

Exhibitors rated MITM as: Fair 1% - Good 31% - Excellent 68%

Exhibitors rated buyers quality as: Fair 3% - Good 26% - Excellent 71%

Exhibitors: They are from the Americas and the Caribbean.

Attending buyers: MICE specialists mostly from Europe & North America.

Networking social program: Dinners, cocktails, working lunch...

Post tours: El Salvador, Guatemala, Honduras...

Format: 20 individual pre-scheduled meetings guaranteed.

www.mitmamericas.com

gsar@gsamark.com





El centro de documentación turística, otro veterano que cumple años junto a esta publicación (CDT)

El Centro de Documentación Turística se creó el año 1975, por Miguel Montes, su director, con un doble objetivo inicial: servir de archivo a todo tipo de documentos turísticos y ponerlos a disposición de los usuarios. Posee libros y documentos procedentes de 232 países desde el año 1797. Su fondo documental, amplísi-

mo, rebasa ampliamente los **200.000 documentos**. Entre ellos, 37.000 libros, folletos, carteles y audiovisuales en todos los soportes, procedentes tanto de compra como de intercambio y donaciones, entre las que hay que destacar las de Arturo Grau, Jesús Vasallo, Antonio Blanco Gatica o Pablo-Ignacio de Dalmases. Alguno de los libros de gran valor que podemos admirar son por ejemplo el "Pausanias o Viaje Histórico, Pintoresco y Filosófico de la Grecia", de 1797; una "Guía del Viajero de España" de 1841, obra del escritor viajero Francisco de Paula Mellado; un "Viaje de la India a la Meca" (1832) o las publicaciones de la Comisaría Regia de Turismo. Igualmente, en su archivo están depositadas **colecciones de la gran mayoría de las revistas de viajes y turismo españolas e internacionales**, en número superior a los 30.000 ejemplares.



El CDT cuenta con medios suficientes para el desarrollo de actividades en colaboración tanto con instituciones públicas como con entidades privadas interesadas en el turismo. Partiendo de la **exhibición de libros, revistas, folletos o carteles**, el Centro ha sabido mostrar con éxito en numerosas ocasiones la evolución de la industria turística. Así lo acredita la celebración de **exposiciones internacionales** de libros y revistas turísticas y de concursos de carteles en diversas ferias, con presencia en la Feria Internacional de Turismo FITUR, en Madrid; en la Brussels Travel Fair; en la Rassegna Internazionale dell'Editoria Turistica en Todi (Italia); en la BTL de Lisboa o en la Feria de Turismo de Interior, INTUR, en Valladolid, o en la ITB de Berlín. ●

Más información:
cdt.prensa@yahoo.es



Conectate a



www.boletintat.com

EL BOLETIN DIGITAL SEMANAL DE TURISMO PROFESIONAL

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

PONGA AQUÍ SU BANNER DE PUBLICIDAD



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

Todos los lunes lo encontrarás en tu correo electrónico, suscríbete directamente en www.boletintat.com pincha en la casilla de suscripciones

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



Monte Nebo



Betania. El Lugar del Bautizo



Petra

Descubre los Tesoros de Jordania Bíblica
Desde 1.019€ / 8 Días, 7 Noches

Salidas los Domingos

Servicios Básicos incluidos: Vuelo, Alojamiento, Régimen Media Pensión Traslados en Bus/ Minibus/ Coche (según ocupación), Guía Acompañante y Seguro de Viaje.

Para obtener más información, contacte con nosotros:

تقارن
TRAVEL ONE
Disfrutando Recuerdos

Ronda Ginardo 2-4 8º 4ª
Barcelona 08024, España
Tel: (34) 93 213 7501
Oviedo@travel1.com.jo
inbound@travel1.com.jo



Jerash



VÍCTOR BAÑARES

Nuevo director general de Marketing y Comunicación de Orizonia Corporación

► **Victor Bañares** es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco y Máster en Dirección Estratégica de Empresas por el Instituto de Empresa. Inició su trayectoria profesional en el ámbito del marketing en 1998 como director de marketing y ventas de Air Europa, para pivotar en 2004 a un nuevo proyecto en el ámbito aeronáutico como uno de los ejecutivos fundadores y director de marketing y comercial de Vueling. Tras contribuir de forma decisiva al sólido posicionamiento de la marca Vueling mediante un enfoque rompedor en términos de marketing y comunicación, en 2006 inició su andadura en Renfe como director de los Servicios Comerciales y Distribución AVE. ☺

JAVIER BLANCO

Nuevo director general de Be Live

► **Javier Blanco** nuevo director general de Be Live, la cadena hotelera del grupo turístico español Globalia.

Blanco, comenzó en el departamento inmobiliario de Globalia en el año 2006. De ahí pasó al departamento de Compras del Grupo y, en 2008, director general de Globalcenter, un centro especial de empleo para personas con discapacidad. En 2009 fue director de compras de Globalia y en 2010 creó y se puso al frente de la empresa Sinergy, dedicada a la importación directa desde Asia de productos para el abastecimiento del grupo, así como de terceros, especialmente en el sector aeronáutico. ☺



BEATRIZ OFICIALDEGUI

Directora de marketing online de Destinia

► A pesar de su juventud, tiene una intensa carrera profesional. **Beatriz** ha sido la responsable del sector turístico para España en la central europea de Google en Dublín. Toda su trayectoria está vinculada al Marketing y, más concretamente, al marketing online.

Además, **Oficialdegui** ha completado su trayectoria en Estados Unidos, país en el que desempeñó funciones como responsable de marketing de una de las compañías americanas más importantes en el sector del papel, Tiruna. Un año en el que pudo conocer de primera mano el complejo mercado estadounidense. **Beatriz Oficialdegui** es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Navarra. ☺



LUIS MAROTO

Nuevo presidente ejecutivo de Amadeus

► Desde el 1 de enero de 2011, **Luis Maroto**, anteriormente Deputy CEO (viceconsejero delegado), ocupa el cargo de President & CEO de Amadeus en sustitución de David V. Jones.

Luis Maroto trabaja desde hace 11 años en Amadeus y ha ocupado diferentes cargos, tales como director marketing y finanzas, Chief Financial Officer (CFO). Durante los dos últimos años como Deputy CEO, ha desempeñado un papel clave en el reestreno bursátil de la compañía tras su salida a bolsa en abril de 2010 y en su posterior admisión en el IBEX-35, el índice selectivo de la Bolsa española.

Ha ocupado varios cargos en el Grupo Bertelsmann. **Luis Maroto** se licenció en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, realizó un máster en dirección de empresas en la Escuela de Negocios IESE ampliando su formación en la Harvard Business School y en Stanford. ☺



HENRIQUE MATEUS

Nuevo director comercial de Iberocruceros para Portugal

► **Henrique Mateus** nuevo Director Comercial de la naviera en Portugal. La entrada de **Mateus** en el equipo comercial, responde a la firme apuesta de Iberocruceros por atraer pasajeros portugueses hacia los cruceros y Minicruceros programados por la compañía, mejorando de esta forma el conocimiento sobre los gustos vacacionales de nuestros vecinos, a la vez que refuerza su posicionamiento en Portugal.

Henrique Mateus es un

profesional con amplia experiencia en el sector, que ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la promoción turística, ocupando importantes puestos de Dirección en compañías como Andaltour y Mundicolor. Ahora, asume la responsabilidad de comercializar en Portugal los itinerarios que Iberocruceros presenta para el 2011. ☺

ANDRÉS RODA

Director general del nuevo Holiday Inn Express Algeciras

► **Roda**, ha estado vinculado a la marca Holiday Inn desde 1987, pasando



por diferentes puestos y hoteles. Comenzó como recepcionista en Holiday Inn Madrid, desde donde pasó a ejecutivo de ventas. En 2005 participó como guest service manager en la apertura del Holiday Inn Express Alcorcón, y dos años después fue nombrado director general de Holiday Inn Express San Sebastián de los Reyes, cargo que ha desempeñado hasta ahora. ●



CLÉMENT FÉLUS
 Nuevo director de
 Hilton Madrid Airport

► **Clément Félus** se incorporó a Hilton Worldwide en septiembre del año 2000, tras diplomarse como Ingeniero en Calidad de Servicio en la Universidad de Compiegne (Francia), y cursar un master en gestión hotelera en La Sorbona de París así como varios años en otras compañías del sector hotelero. Dentro de Hilton, **Clément Félus** ha ocupado

diversos cargos en Hilton Birmingham Metropole (Reino Unido), Hilton París (Francia), Hilton París La Defense (Francia), Hilton Arc de Triomphe (Francia) y Hilton & Hilton Garden Inn Rome Airport (Italia). Su último puesto antes de incorporarse al equipo de Hilton Madrid Airport ha sido el de Hotel Manager en Hilton Barcelona. ●

JAVIER ROIG
 Nuevo director en
 España de Finnair

► Finnair ha nombrado a **Javier Roig** nuevo director de la compañía aérea en España. A partir del 1 de enero de 2011, **Javier Roig** asumirá la máxima responsabilidad de Finnair en España y Portugal, después de quince años



de trayectoria profesional vinculado a la compañía aérea finlandesa en nuestro país.

Roig llega al cargo en sustitución de la finlandesa Taina Törnström, y se convierte en el primer español que asume la máxima responsabilidad de la compañía aérea de Finlandia en nuestro país, un cargo

hasta ahora ocupado por directivos finlandeses. Tras una larga experiencia en el sector del turismo, **Roig** ha desarrollado en Finnair funciones como Sales Executive y Client Manager en Barcelona, País Vasco, Andalucía y Galicia, además de aportar su experiencia en las estrategias de la compañía aérea desarrolladas en los mercados italiano, francés y chino y de haber recibido en 2006 la estrella del servicio de Finnair (reconocimiento interno por gestiones de éxito) por su trabajo desarrollado en España. ●



FRANCESCO MILAZZI
 Nuevo director general en España de
 Alitalia

► Alitalia ha anunciado el nombramiento de **Francesco Milazzi** como Director General para España (Country Manager Spain) a partir del 1 de enero, sustituyendo a Paolo Pausini que regresa a Italia para ocupar el cargo de "Director de Ventas Vacacional, Charter y Grupos". **Francesco Milazzi** era hasta su nombramiento director general para Alemania y Austria. "España es un mercado muy importante para Alitalia. La oferta de nuestra Compañía es competitiva: durante la temporada de invierno conectaremos España e Italia con 100 vuelos semanales y, desde Italia, con el resto de la red de Alitalia" -puntualizó Milazzi- "Aceptaré este nuevo reto con gran compromiso y entusiasmo". ●

Ésta es su casa

Le ofrecemos calidad, buen servicio y amistad

Restaurante
Boñar de León



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





Nueva Junta Directiva de AFCAN

Sus objetivos son intensificar la promoción del destino Andalucía como sede de eventos

La Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (AFCAN) ha elegido nueva Junta Directiva encabezada por la directora general del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA), Yolanda de Aguilar, que sustituye al hasta ahora presidente y director gerente del Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES), Felipe Luis Maestro, quien asume la primera vicepresidencia.

La directora general de FYCMA, Yolanda de Aguilar, fue nombrada presidenta de la Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (AFCAN) en el transcurso de la Asamblea General Extraordinaria celebrada en



Sevilla para designar nueva junta directiva. De esta forma, de Aguilar sustituye en el cargo a su homólogo en FIBES, Felipe Luis Maestro, quien tras seis años en el cargo, asume la primera vicepresidencia. La nueva Junta Directiva se completa con el director del Palacio de Congresos de Cádiz, Carlos García; la directora del Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada, Eva Fernández; el director de la Feria de Muestras de Armilla, José Pantoja, y la directora de Comunicación y Marketing de FYCMA, Paula Morales.

Afcan nace en 1993 con el objetivo de representar y defender los intereses de los recintos congresuales de Andalucía, aunque en 2008 se modificaron sus estatutos para ampliar su campo de trabajo e incorporar los recintos e instalaciones feriales. Con ello, se sustituye su antigua denominación –Asociación de Palacios de Congresos de Andalucía (APCAN)– por la actual Asociación de Palacios de Congresos y Ferias y de Andalucía (AFCAN). ●



Desde 1982
informando al
sector turístico

UN AÑO MAS ESTAMOS EN

Pabellón 10. Stand 10B19

REPÚBLICA CHECA Invita a los españoles a visitar el país

* *Los españoles pertenecen a los visitantes más frecuentes de Chequia*

¿Qué les ofrece la República Checa? Responde Ing. Rostislav Vondruska, director de la agencia Czech Tourism

“**P**ara los españoles que aprovechan los puentes para viajar, Praga es la más atractiva. Sin embargo, la **República Checa** tiene regiones de inigualable belleza que cuentan con una gran riqueza de atractivos. Por ejemplo, a *Karlovy Vary*, famosa ciudad balneario, *Cesky Krumlov*, ciudad histórica con su complejo palaciego único, cargada de poesía, *Brno*, metrópoli de Moravia del Sur, o *Olomouc*, ciudad con extraordinaria historia, situada en Moravia Central. Tratar de presentar a los huéspedes españoles sobre todo monumentos singulares. El *Reloj Astronómico* del Ayuntamiento de la Ciudad Vieja de Praga que ha celebrado los increíbles 600 años de existencia durante los que midió el tiempo a decenas de generaciones...”



¿Qué novedades se preparan para 2011?

“**N**os proponemos concentrarnos especialmente en el 130 aniversario de fundación del Teatro Nacional de Praga y el compositor checo mundialmente famoso *Antonín Dvorak*. En la actualidad se traducen mucho al español obras de los escritores checos *Pavel Kohout* e *Ivan Klíma*. Debido a ello preparamos un programa especial denominado la

Praga de Klíma. La gastronomía checa es otro producto importante promovido por la agencia **Czech Tourism**. Para el mes de mayo preparamos un programa de estudio que presentará auténticas especialidades culinarias de Chequia. La actividad culminará con el evento *Prague Food Festival* celebrado en la capital. En septiembre quieren familiarizar a los españoles con las tradiciones de la vendimia morava y presentar con esta ocasión las bellezas de Moravia del Sur.”



Promociona el Turismo Ecuéstre en ferias turísticas y del sector hípico

* *Equustur, proyecto para la creación de una Red Europea de Turismo Ecuéstre integrado por diez socios de España, Francia y Portugal, estará presente en diferentes ferias ecuestres y turísticas en las que dará a conocer todas sus características, novedades y acciones que está desarrollando*

Equustur continúa con su promoción nacional e internacional en diferentes ferias, tanto turísticas como del sector ecuestre, para dar a conocer y promocionar este innovador proyecto, financiado por la Comisión Europea a través de los fondos FEDER y que está integrado por diez socios de España, Francia y Portugal.

Fitur 2011 será el punto de partida para la promoción este año de esta futura Red Europea de Turismo Ecuéstre. Dentro del stand de Turismo de Cataluña, los visitantes

del salón podrán conocer todos los detalles sobre el proyecto, cada ruta y cada socio. El Salón Mahana de Toulouse será el siguiente punto de promoción, que continuará con la presencia de **Equustur** en otras ferias durante el 2011. En definitiva, citas imprescindibles para el proyecto europeo en las que se llevarán a cabo encuentros con agentes de viajes y touroperadores, así como entidades y visitantes interesados en el turismo ecuestre.

Actualmente, **Equustur** está trabajando también en la puesta a punto de las rutas de cada socio y está llevando a cabo las primeras pruebas piloto, con el objetivo de valorar la viabilidad de los itinerarios propuestos, así como la calidad, seguridad y adaptación de los trayectos y empresas participantes. Además, ya se está poniendo en marcha el Congreso Europeo de Turismo Ecuéstre que tendrá lugar en la localidad de Burguillos del Cerro este año.

Ganan por puntos

Hoteles Center, perteneciente al Grupo Noga, ofrece un valor añadido a todos los clientes que formen parte del programa de fidelización de Iberia, **Iberia Plus**. Hasta el próximo 15 de Marzo los clientes de **Hoteles Center** obtendrán más puntos por sus estancias y, para los que se alojen en los establecimientos que la Cadena tiene en Barcelona, ampliación del horario de check out o la posibilidad de alojamiento en estancias de categoría superior. Una propuesta para disfrutar en los ocho establecimientos de **Hoteles Center** situados en seis capitales españolas (Barcelona, Valencia, Sevilla, Córdoba, Granada y Badajoz).



“Una de las grandes ventajas de la Cadena es participar activa e igualmente en las decisiones de Best Western, además de que la notoriedad e imagen de nuestro establecimiento se han potenciado globalmente desde hace seis años, cuando nos incorporamos.

Si también tenemos en cuenta el incremento del RevPar y las otras bondades de la Cadena, nuestra satisfacción es plena...

Daniel Rueda,
Best Western **Hotel Cervantes ******
Sevilla Tel: 95 490 02 80



...por esta razón, le invito a conocer nuestro eficaz modelo de cooperación empresarial, compatible con la total independencia en la gestión de su hotel”.

Para ampliar información:
hacialexito@bestwestern.es o llamando a: 679 199 548 * 91 561 46 22
www.bestwestern.es

La revista

con toda la información

necesaria

para conocer el

mundo

empresarial



SECTOR EJECUTIVO

Paseo de Santa María de la Cabeza, 42 ■ 1° ■ 28045 MADRID (España) ■ Tel. +34 91 539 28 50 ■ Fax + 34 91 467 37 16

sector-ejecutivo.com ■ sectorejecutivo@telefonica.net

Si estás interesado en el MUNDO del TURISMO estas son tus publicaciones



**DOS
PUBLICACIONES
HECHAS POR
PROFESIONALES
PARA
PROFESIONALES**

La más completa información de:

**Compañías Aéreas / Turismo / Cruceros / Tour Operadores /
Agencias de Viajes / Rent a Car / Trenes / Hostelería y SPA /
Restauración / Congresos**

**TAT transporte Aéreo y Turismo y en
internet TAT boletín Electrónico**

Visítanos en:

www.tatrevista.com www.boletintat.com

Editados por TURISEM, S.L. - Méjico,31 - 28028 MADRID - telf.: 34 91 7256454 - fax 34 91 3610701
tatrevista@tatrevista.com

TURIS'EM

congresos/convenciones/incentivos/hoteles

Ocean
By H10 Hotels

Incorpora cuatro nuevos hoteles a la categoría Privilege, Exclusive Rooms and Services

** Tras un período de importantes reformas el H10 Gran Tenerife, el H10 Conquistador, el H10 Lanzarote Princess y el Ocean Maya Royale se incorporan a la categoría de hoteles más exclusiva de la cadena.*

La cadena hotelera internacional **H10 Hotels** ha incorporado cuatro nuevos hoteles a la categoría **Privilege, Exclusive Rooms and Services**,

un servicio personalizado a través del cual los clientes podrán disfrutar de habitaciones superiores y servicios exclusivos durante su estancia.

Escogidos por su ubicación y por su servicio, la incorporación de los hoteles *H10 Gran Tenerife* y *H10 Conquistador* (ambos en Tenerife), *H10 Lanzarote Princess* (en Lanzarote) y *Ocean Maya Royale* (Riviera Maya) a esta categoría se produce tras un período de importantes reformas en estos cuatro establecimientos, después de haber realizado una renovación profunda de gran parte de sus habitaciones y la construcción de nuevos espacios, destinados a dar un servicio más exclusivo a los clientes **Privilege**. ●



Inaugura su hotel número 200 en Europa



Hilton Worldwide ha anunciado la inauguración de su hotel número 200 en Europa, un hito significativo en el plan de crecimiento global de la compañía. **Hilton Worldwide** ha abierto 50 hoteles en la región en los últimos tres años, y en estos momentos el 20% de sus establecimientos europeos forman parte de marcas recién introducidas como *Waldorf Astoria Hotels & Resorts*, *Doubletree by Hilton*, *Hilton Garden Inn* y *Hampton by Hilton*.

Doubletree by Hilton Varna – Golden Sands es el hotel número 200, hecho que evidencia la creciente popularidad de esta marca de servicios completos en Europa, que ya suma 16 establecimientos en la región. Esta propiedad en Bulgaria se suma al recientemente inaugurado *Hampton by Hilton Derby City Centre*, que se ha convertido en el octavo *Hampton by Hilton* en el Reino Unido. ●



El hotel Best Western Santo Domingo anuncia su desafiliación de la cadena hotelera americana y se incorpora a Accor

El hotel Best Western Santo Domingo de Madrid anuncia su desafiliación de la cadena hotelera americana y su incorporación a Accor, como franquicia de su marca Mercure.

Según ha explicado el Consejero Delegado de la Sociedad propietaria del hotel, Antonio Núñez Tirado, "estos 14 años de andadura junto a Best Western han sido plenamente satisfactorios y además de haber ocupado distintos cargos en el Consejo de Administración de Best Western Spain S.L., tenemos y seguiremos teniendo entrañables amigos en la cadena".

En junio del 2010, Accor ya anunció la incorporación como franquicia de Mercure del nuevo *Santo Domingo*, un edificio de nueva construcción aledaño al Santo Domingo y que ahora también se incorpora a Mercure.

Con esta nueva incorporación en franquicia son ya 4 los hoteles Mercure abiertos en España: Mercure San Sebastián Monteigueldo, Mercure Madrid Plaza de España y los dos Mercure Madrid Santo Domingo ●



ACCOR Estrena su marca all Seasons en España

* *El Prado opera ya bajo el nombre all Seasons Madrid Prado convirtiéndose en el primer hotel de la nueva enseña de Accor en el país.*

Accor, primer grupo hotelero internacional en España, ya tiene en Madrid marca, *all Seasons*, con la apertura de su primer hotel. Se trata del hotel **El Prado**, propiedad de Antonio Pérez Gil, que ha comenzado a operar en régimen de franquicia como **all Seasons Madrid Prado**.

El hotel tiene 48 habitaciones (todas con aire acondicionado y TV pantalla plana con satélite) y ofrece una excelente relación calidad-precio. Está tematizado entorno a las Denominaciones de Origen de Vinos en España. Durante los próximos meses y de forma progresiva para no alterar su funcionamiento, el hotel se someterá a un proceso de redecoración para adaptarse a la marca *all Seasons*.

all Seasons Madrid Prado propondrá la "oferta todo incluido", característica de la marca, que incluye la habitación + el desayuno buffet a voluntad + una conexión a internet de alta velocidad.

all Seasons es la nueva cadena internacional de hoteles de 3 estrellas en centro ciudad que **Accor** está desarrollando en España bajo el sistema de franquicia. ☺

Apertura oficial

Tras meses de remodelaciones y puesta a punto, el hotel **Crowne Plaza** abre sus puertas en El Algarve, en el sur de Portugal, bajo el nombre **Crowne Plaza Vilamoura-Algarve**.

Se trata de un hotel remodelado sobre una infraestructura ya existente que anteriormente se conocía como Atlantis. Con 11 plantas, un total de 327 habitaciones, y una gran variedad de instalaciones de ocio, bares y restaurantes, incluyendo un gran espacio al aire libre disponible durante casi todo el año, una piscina descubierta de mil metros cuadrados.

Hacia la excelencia gastronómica: sus restaurantes "Calima" y "Dos Cielos" suman ya tres estrellas michelin



* *Sol Meliá apuesta por la alta cocina como atributo de sus hoteles de lujo: Gran Meliá, Meliá y ME by Meliá.*

Sol Meliá ha visto confirmada su confianza en dos grandes exponentes de la gastronomía internacional gracias al reconocimiento, con dos nuevas Estrellas Michelin, de los cocineros Dani García y de los hermanos Torres, al frente de "Calima" y "Dos Cielos", respectivamente.

El reconocido chef malagueño Dani García ha recibido la segunda Estrella para su restaurante "Calima", en el hotel Gran Meliá Don Pepe de Marbella, que ha destacado desde su apertura por su cocina creativa e innovadora, con un excelente servicio en sala y una selecta carta de vinos. La segunda Estrella, que se suma a la obtenida en 2007, consolida su excelente trayectoria y ratifica la aportación de su trabajo al panorama gastronómico actual.

Por otro lado, la Guía Michelin ha reconocido la labor de los hermanos Javier y Sergio Torres al frente del restaurante "Dos Cielos".

Este doble reconocimiento supone, como indica el Vicepresidente y Consejero Delegado de **Sol Meliá**, Gabriel Escarrer, "la consolidación del posicionamiento de la compañía en la alta cocina como un atributo indisoluble de la hotelería de lujo, apreciada tanto por los clientes del hotel como por los amantes de la alta gastronomía". ☺



Crowne Plaza Vilamoura surge de un acuerdo de franquicia entre IHG y el Grupo Marope, una compañía portuguesa del sector inmobiliario y hostelero. El hotel está situado en la playa de Vilamoura cerca del Casino de la ciudad.

Crowne Plaza Vilamoura ofrece las condiciones perfectas para los amantes de este deporte. Cuenta además con excelentes instalaciones para conferencias, con cerca de 1.500 m² de espacio para reuniones con luz natural, donde destaca una sala de 600 m². También posee una sala ejecutiva para 12 personas y 10 habitaciones convertibles en salas de reuniones cuando sea necesario. El hotel cuenta asimismo con un amplio jardín y un patio exterior para realizar eventos al aire libre. ☺

Gibraltar



Una mirada cercana...

Gibraltar pone a su disposición un abanico de posibilidades de ocio en mar o tierra, para aventureros o espíritus más sosegados. ¿Qué más se puede desear a la hora de planificar una escapada?



Para información telefónica: OFICINA DE TURISMO DE GIBRALTAR
Gibraltar: +350 20074950 Reino Unido: +44 (0)20 7836 0777

*Si estás en Bilbao
y quieres conocer Túnez,
estás de suerte.
A partir de abril 2011,
nuevo vuelo directo
Bilbao - Túnez capital.
Tunisair siempre te lo pone fácil.*

Claramente moderna
Absolutamente auténtica



Reservas: 91 541 94 90

Disfruta del viaje con nosotros
www.tunisair.com

الخطوط التونسية
TUNISAIR