

asociación española de profesionales del turismo

**aept**

**La VOZ de**

**NÚMERO 5 (NUEVA ÉPOCA)  
VERANO-OTOÑO 2004**

**Madrid, de todos**

**Xacobeo, Doce Siglos de Camino**

**Tribuna libre**

**La opinión del experto**

**Hemos leído...**



# MADRID

## Comunidad y Ayuntamiento nos saludan



**D. Antonio Nieto Magro**  
Director General de Turismo  
Comunidad de Madrid

Quiero aprovechar esta oportunidad que me brinda la Asociación Española de Profesionales del Turismo (A.E.P.T.), para dirigirme al conjunto de miembros que la conforman, como una representación cualificada de todas aquellas personas que de una manera u otra aportan su esfuerzo para el desarrollo del turismo en nuestro país.

Nos encontramos en un momento apasionante en la evolución turística, en el que se plantean grandes desafíos.

Por una parte, se ha llegado al convencimiento generalizado de que el turismo es un factor clave de desarrollo económico y social de los países. Esto nos trae como consecuencia una feroz competencia entre destinos por captar al turista. España hoy en día debe competir en el "sol y playa" con lugares como Caribe, África o nuevos países como Croacia. La lucha está ahí, y considero que es una idea común que la competencia debe venir por parte de la calidad, y no por una guerra de precios, siempre eso sí, sin perder de vista el factor de la competitividad.

Por otra parte, los ya conocidos y debatidos cambios estructurales que se han producido en las formas de consumo turístico (acortamiento y fraccionamiento de las vacaciones, disminución del paquete turístico frente a la organización individual, empleo de Internet, toma de decisiones a última hora...), nos llevan a acometer un profundo ejercicio de introspección a la hora de redefinir nuestra forma de comunicar la excelencia de nuestro producto, así como la manera de comercializarlo. Desde la Comunidad de Madrid, estamos trabajando en ello, tanto en nuestras campañas de publicidad, más dirigidas al "city-break", como en el empleo de las nuevas tecnologías a la hora de dar a conocer los recursos turísticos, con la posibilidad de contratación on-line de servicios.

Creo que es una gran oportunidad la que tiene el sector turístico y que en manos de los profesionales del turismo está el aprovecharla.

**Antonio Nieto Magro**  
Director General de Turismo  
Comunidad de Madrid



**D.ª Teresa Caramé Lagarde**  
Directora de Turismo  
Ayuntamiento de Madrid

Quiero dar las gracias, ante todo, a las Junta directiva de la AEPT, en nombre de su Presidente, D. José Antonio Carrasco, por la oportunidad que me da de dirigirme a todos ustedes a través de la revista de esta organización profesional.

Han pasado casi tres años desde que me incorporé al mundo del turismo, primero como Directora General de Turismo de la CAM y ahora como responsable del mismo área del Ayuntamiento de Madrid. Puedo decir, con perspectiva temporal, que éste es un sector apasionante que "engancha" por los diferentes matices y planteamientos que contempla.

El mundo del turismo es algo más que un sector, ya que dentro de él hay una gran cantidad de subsectores, de empresas de toda dimensión y problemática, que le hace ser clave como fuente de ingresos y riqueza, constituyendo una parte muy importante del tejido empresarial y de la imagen exterior de nuestro país.

A ello contribuye decisivamente el capital humano, representado, en este caso, por sus profesionales, a través de la AEPT. Esta asociación es la más amplia representación de personas que trabajan o colaboran con el mundo del turismo. Es por tanto, un magnífico vehículo y plataforma, no sólo para materializar los proyectos que desde los Organismos Públicos ó privados se plantean, sino también, como fuente de creatividad e innovación de la industria turística.

El mundo de los servicios en general y del turismo en particular, está evolucionando rápidamente con la existencia de las nuevas tecnologías. Fuentes de información y de adquisición de servicios han aparecido y se están desarrollando a fuerte ritmo, pero lo que no se podrá nunca sus-

tituir, es el contacto último con el cliente y a diferencia de otros sectores de la economía, es el trato personal el que marca las diferencias.

Si queremos tener un sector cada vez más potente y preparado, para la captación de clientes no solo en los países tradicionales, sino también en los emergentes, debemos considerar al máximo ese factor de atención al cliente, de calidad diferenciada, que nos lleve a conseguir el desarrollo sostenible que todos deseamos. De esta manera, los que tenemos actualmente puestos de responsabilidad, así como aquellos otros que se incorporen en un futuro, encontraremos un sector atractivo donde trabajar en él forme parte de nuestro compromiso personal.

Así mismo quisiera decirles, que cuenten con la ayuda de la institución que represento, ya que en la línea política marcada por nuestro Alcalde, como profesionales que somos, hemos adquirido el compromiso de situar a Madrid como sede líder, de cara a la elección de la ciudad como sede olímpica que tendrá lugar el próximo año.

Si somos designados y espero que así sea, será una forma de reconocer la preparación que tiene Madrid para organizar y celebrar todo tipo de eventos, como ya hemos demostrado en otras ocasiones. Tenemos una gran cantidad de trabajo por desarrollar y una enorme ilusión para llevarlo a cabo, Si lo hacemos bien, habremos contribuido a lograr ese sueño de gran importancia para España y su Capital.

Quiero terminar, reiterando mi apoyo y colaboración con la AEPT, en todas aquellas iniciativas que están en marcha y aquellas que se planteen en el futuro.

**Teresa Caramé Lagarde**  
Directora de Turismo  
Ayuntamiento de Madrid

# Carta del Presidente

## Solidaridad en la desgracia

Hemos querido dedicar este número de nuestra publicación a Madrid.

Las desgracias del zarpazo terrorista no presagiaban buenos augurios para el turismo y los profesionales que allá en el centro de la península trabajan día a día por un turismo mejor, de más calidad y de un nivel adecuado a la fantástica oferta de la Capital.

Pero una vez más, los profesionales están sabiendo dar la talla, encarando problemas, sorteando obstáculos e ilusionando a nuevas generaciones de jóvenes que se incorporan a la actividad turística.

Las clausuras de cursos en las Universidades y Escuelas de Turismo en donde hemos participado, nos han dado una buena muestra de ello.

Los sombríos objetivos que el terror destinaba a la ciudad de Madrid, parecen ir poco a poco diluyéndose

No es que los perversos efectos no hayan hecho daño, (mas del que dicen las cifras oficiales y menos del que esperaban los terroristas), si-

no que vuestra profesionalidad prevalece mucho más que la siniestra cara del terror con que querían destruir, no solamente casi dos centenares de vidas -por las que ahora lloramos- sino las vidas profesionales de otros muchos. Pero no lo van a conseguir.

Nuevas manos han empuñado el timón oficial del turismo en nuestra Ciudad. A ellos les toca ahora no defraudarnos.

Madrid espera contar con todos los profesionales del turismo de España para paliar las consecuencias de la desgracia, pero a los responsables autonómicos y locales les toca la tarea de contar con todos y "echar el resto": Madrid lo necesita.

En ellos debemos ahora esperar y confiar...pero sin olvidar que es ahora Madrid quien necesita la solidaridad de todos...y el buen hacer de quienes están en el puente de mando.

**Madrid se lo merece y espera la ayuda de todos**



**José Antonio Carrasco**  
Presidente de la  
Asociación Española de  
Profesionales del Turismo

### Tu nueva sede

Te recordamos. Ahora estamos en:

**GRAN VIA, 63-7º IZDA.  
28013 Madrid**

**Y para que la comunicación sea fluida recordamos a todos nuestros asociados la importancia de que sus datos estén actualizados. Notifica cualquier modificación a la secretaria. Aprovechemos las nuevas tecnologías. El correo electrónico, es un medio rápido de contacto.**

**Infórmanos: e mail: [aept@aept.org](mailto:aept@aept.org)**

**Te recordamos también la página web [www.aept.org](http://www.aept.org). Tus sugerencias serán bien recibidas.**

### Portada: Carolina Travesi

**Fotos interiores de Madrid cedidas por el Patronato de Turismo del Ayuntamiento de Madrid**

EDITA: A.E.P.T. Depósito Legal: M-16565-1998

La A.E.P.T. no se hace responsable de las opiniones expresadas por los colaboradores de la presente publicación.

JUNTA DIRECTIVA A.E.P.T. 2003/2005

PRESIDENTE: D. José Antonio Carrasco Moreno

VICEPRESIDENTE: D. Santiago Aguilar Martínez de Artola

TESORERO: D. Roberto Sancho Sanz

SECRETARIO EJECUTIVO: D. Manuel López Muñoz

VOCALES:

D. José Antonio Dorado Juárez, D. José M<sup>a</sup> de Juan Alonso, D. Blas Esteban Barranco, D. Emilio Gallego Zuazo, D. Carlos Lope Prado, D. Antonio López Algaba, D. Alejandro Martín-Lunas Sourdeau, D. Juan Morales Baquero, D<sup>a</sup> Isabel García Isa, D<sup>a</sup> Laura García Vera

VOCAL CASTILLA LA MANCHA:

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Teresa Malagón Ariza

VOCAL CASTILLA Y LEON:

D. Julián Lérida Algarabel

CONSEJERO DELEGADO CONSEJO ASESOR:

D. José Luis Diana Vilches

GERENTE

Dña. Lola Matias Llorente

**A.E.P.T. \* Gran Vía, 63 -7º Izda. \* 28013 Madrid \* Teléfono: 91 559 18 52 \* Fax: 91 559 63 29 \* e-mail: [aept@aept.org](mailto:aept@aept.org) \* web: [www.aept.org](http://www.aept.org)**

# Madrid, lugar de encuentro

Cinco millones y medio de personas que componen la Comunidad y el municipio de Madrid, es un espacio lo suficientemente abierto y plural para que convivan ciudadanos de 180 nacionalidades y un sinfín de lenguas y razas.



Sin embargo esta multiplicidad diferencial, en nada empalidece los valores artísticos y culturales de un Madrid que ha sabido ser crisol de toda España.

En los últimos lustros Madrid se ha situado entre las principales capitales europeas y su crecimiento y atracción son constantes. Madrid es sinónimo de esperanza.

Hacer una semblanza artística y cultural de Madrid ocuparía prolijas paginas por lo que solo queremos desde aquí señalar que Madrid seduce, que Madrid acoge, y que Madrid satisface cualquier aspiración de nuestros visitantes

Madrid es foco cultural, ciudad cosmopolita, centro de negocios, centro de ocio, disfrute de la naturaleza, de práctica depor-

tiva, de turismo de salud y punto de referencia de tantos visitantes que conservan en su retina y en su cerebro la grata sensación de haber visitado la ciudad.

Transportes modernos conviven junto a plazas de los Austrias, el Madrid de los negocios se da la mano con el Madrid amable del reposo y del paseo. La hosteleria de Madrid se desvive porque cada visitante sea un madrileño más y sus callejuelas ofrecen posibilidad al viandante de compaginar su impresión de estar paseando en el siglo XVIII y pasar sin solución de continuidad a lo más "fashion" del siglo XXI.

¿Y que decir de su riqueza museística: ese triangulo de oro formado por el Reina Sofía, el Prado y el Thyssen, triangulo inexistente en el resto de Europa, sin olvidar el Arqueológico, el de Ciencias Naturales, Romántico, Sorolla, Cerralbo y tantos otros

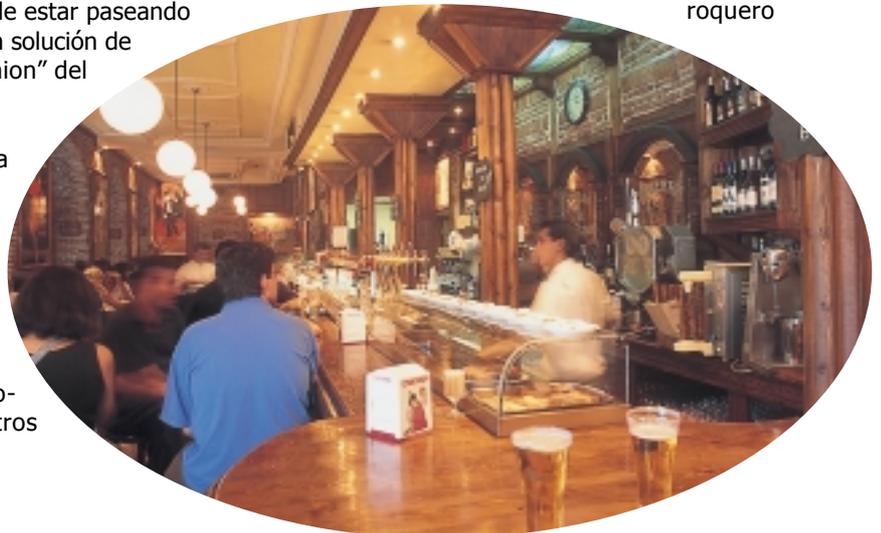
que ni aun por los propios madrileños son conocidos.

Los niños y jóvenes también son protagonistas de este Madrid único: instalaciones deportivas, parques temáticos, zoológico increíble y un sinfín de diversiones y actividades para niños complementadas con discotecas y terrazas únicas en Europa.

¿Y que decir de la gastronomía madrileña? No solamente la tradicional autóctona, sino como punto de encuentro de todas las gastronomías de la península: la excelente vasca, los arroces levantinos, las frituras andaluzas, las chacinas extremeñas, los mariscos gallegos, la contundente asturiana, y la sutil y sabrosa catalana. Este crisol gastronomico obviamente podrás encontrarlo desde las formas más refinadas hasta las tabernas y tascas más elementales. Todo ello de una calidad excelente.

Madrid, es también una ciudad segura. Ocupa uno de los lugares europeos de más baja delincuencia. Sin embargo, decir esto tras las desgracias del 11 M parece un sarcasmo. Pero no lo es, Madrid, quiere recuperarse, Madrid necesita recuperarse, Madrid necesita la ayuda de todos, para no perder esos encantos a los que hemos hecho referencia y los que el turismo madrileño está dispuesto a defender.

Pero aun no hemos dicho todo, el entorno de la Comunidad esta incorporado también a los encantos de la capital: Alcalá de Henares o la ciudad de nuestro patriarca de las letras, Aranjuez o paradigma de los Borbones, Chinchón único en mesones, ajos y anises, Torrelaguna o tierra de setas, Manzanares, puerta de la serranía de Guadarrama, El Escorial o paradigma del imperio de los Austrias, Cuelgamuros, asombro de la escultura, Manzanares el Real con su castillo roquero



y tantos otros enclaves que merecerán tu atención.

Pero además Madrid, superando los siglos, es una ciudad moderna y dinámica, el Madrid de los negocios y de las transacciones, del grato acuerdo, de la creación de riqueza, del fomento de la salud.

Madrid y el ferrocarril, una tradicional vinculación que ha devenido en esas estaciones de Atocha, Príncipe Pío, Delicias y Chamartin que conviven con transportes cómodos, fáciles, contribuyendo a eliminar la contaminación del tráfico rodado.

Y es verdad que hay mucho tráfico rodado, pero también es verdad que con buena voluntad encontrarás un hueco para dejar tu vehículo y pasear todavía por calles asombrosas.

Y si estás un domingo en Madrid, como olvidar el Rastro, mercado de tantas cosas bellas, útiles, inútiles, pero todas entrañables.

Tampoco quiero que olvides el Madrid culto de la Opera, de los Conciertos y de los musicales. Todo ello lo podrás encontrar en esta ciudad que "aunque nos mata" cada día "nos resucita".

Dos catedrales conviven en Madrid, la de la Almudena con sus recientes reformas y la de Las Ventas para quienes han hecho de la tauromaquia la primera del mundo.

Si continuara te cansaría, lector. Dejo a tu aventura el descubrir esta ciudad, el pisar su Gran Vía, su Puerta del Sol, besarte con la Cibeles, atravesar la Puerta de Europa y en definitiva ofrecerte la posibilidad de que descubras una ciudad que quiere ser pionera en el afecto, destacada en el deporte (Madrid 2012), acogedora con sus huéspedes y segura para todos.

### Avizor.



# DOCE SIGLOS DE CAMINO

## «El Camino de Santiago»

### Génesis del turismo de masas



Todo camino tiene un principio y un fin.

El fin de este camino es La Tumba del Apóstol Santiago en Compostela. El principio o el camino de salida son múltiples, no importa desde donde, sobre todo si seguimos los caminos del Occidente medieval.

Llegaban en aquellos tiempos, aún más actualmente, a Santiago desde cualquier punto de Europa: de los Países Nórdicos, de Alemania, de Suiza, de Hungría, de Italia, de Francia, de la Europa Central, de Inglaterra (por mar) y como no del propio Reino de España y Portugal.

La red o malla entrelazada de los numerosos "Caminos de Santiago" y los santuarios erigidos a Santiago, Jacques, Jacobo, James o Jakob, expuestos sobre un mapa de Europa, es una de las más impresionantes.

Los cristianos no tienen la exclusividad de las peregrinaciones. Cada país tiene los suyos y además desde tiempos inmemoriales. Los templos antiguos de Delfos ó de Salomón, las tumbas, los santuarios de Confucio, Buda o Mahoma...

En la cristiandad remota, las masas, se pusieron ya en marcha en época temprana. Ya en el Siglo IV se publicó un breviario del recorrido Burdeos – Jerusalén: **"ITINERARIUM A BURDIGALA JERUSALEM VSQUE"**.

Además, si observamos a escala de Parroquias o de la Provincia, los peregrinajes locales, toman como inicio y motivo del viaje, la visita religiosa a donde se encuentran los restos de un Mártir, o de un Santo de los Primeros Tiempos.

Tres grandes Santuarios se afirmaron y fueron los más estimados en época Medieval: Roma, Jerusalén y Compostela, con sus respectivas tumbas de El Apóstol Pedro, Jesús y El Apóstol Santiago.

Los diferentes nombres dados a los peregrinos, designaban los lugares de origen de los mismos, así como las rutas elegidas. Así **Los Palmeros**, peregrinaban a Tierra Santa; **Los Romeros a Roma**, y **Los Jacobeos** a Santiago.

Por las distintas evoluciones de las palabras originales, hoy día en España, cualquier pequeño pe-

regrinaje a una ermita, Capilla perdida en una montaña, la denominamos **"Romería"**

Paralelamente, podemos decir que en la Gascuña francesa, todos los inicios de los Caminos que llevan hacia España, acabaron llamándose **"Roumius"** y guardan esta denominación actualmente en algunos de los mapas geográficos de Francia. (I.G.N.F).

Para ser riguroso con la historia y mayor abundamiento en conocimientos de las peregrinaciones, a los **TRES GRANDES LUGARES DE PEREGRINACIONES CRISTIANAS**, Jerusalén, Roma y Compostela, hay que añadir una cuarta: la presunta **tumba del Apóstol Tomás, al fondo de las Indias, en MAILAPURAN**, que los Portugueses, rebautizaron en el Siglo XVI, como **"SAO THOME"** –(Santo Tomás)

La gran masa de peregrinos a esta supuesta tumba del Apóstol Tomas, ya las describía Marco Polo hacia el año 1290, debiendo pertenecer sobre todo a los cristianos "nestorianos", que eran muy numerosos en aquella época en Extremo-Oriente.

Es interesante subrayar el paralelismo altamente simbólico de la palabra evangélica, llevada a los dos extremos del mundo conocido, en aquel entonces: por Tomás a la Punta de las Indias – en el Océano Indico- y por Santiago, a la Punta de Europa, **"FINIS TERRAE"** en el Océano Atlántico.

#### **UNA HUELLA PROFUNDA EN EL PAISAJE**

Lo que distingue **"El Camino de Santiago"** de otras grandes rutas de peregrinación, es justamente la huella profunda, que con el paso del tiempo, ha ido dejando en el paisaje.

No existe otro "itinerario sacro" que siga tan descriptivamente: paso a paso, hora a hora, kilómetro a kilómetro, como "El Camino de Santiago".

Las indicaciones de los topónimos, los monumentos nacidos a los lados de las sendas, los hospitales, albergues, castillos y torres vigías, las Villas y Ciudades, surgidas a su vera... con el añadido de... **"DEL CAMINO"** todo ello nacido de la devoción al Apóstol, balizando, por así decirlo, la ruta de centenares de kilómetros. **"El Camino francés", con inicio en Saint -Jean Pied- de -Port a Santiago de Compostela, suma la "religiosa cifra" de 803 Km (760 Km desde Roncesvalles)**

Estas distinciones, se basan para ello en dos razones primordiales:

- La primera, que es el único que tiene sobre el terreno un carácter exclusivo, me explico:

**El peregrinaje a Jerusalén**, que guarda la preeminencia en sí, incluso después del desastre de las Cruzadas, estaba reservado a una élite, ya que era: peligroso, en tierra de infieles, y una buena parte era por vía marítima.

**El peregrinaje a Roma**, en ciertos momentos era difícil, por las guerras, además estaba trazado

**Sólo fué un ligero paso por el Camino, en el viaje de A.E.P.T. a tierras leonesas, pero suficiente para dejar volar nuestra imaginación hacia tanta historia, unida a este siempre sorprendente peregrinar. Fruto de ello es este artículo, escrito por nuestro "peregrino particular"**

**Roberto Sancho**

su camino en las antiguas vías del Imperio Romano, con el consiguiente flujo "comercial- viajero turístico" de los distintos ciudadanos, que componían los distintos reinos europeos.

**Por el contrario**, a través del Macizo Central de los Pirineos, La Meseta, El Cebreiro, etc., el único objetivo de las masas en marcha, era la **Tumba de Santiago de Compostela. Geográficamente excéntrico, espi-ritualmente esencial, Cultural y Turísticamente, el inicio de los viajes organizados y algún que otro disgusto con los "hospitaleros" por el overbooking.**

● La segunda razón es que representaba para España, particularmente, y en un momento crucial de su historia, la vía pacífica de La Reconquista. La Reconquista del país al Islam, lo que explica en parte, la densidad con la que está jalonada por Monasterios, Iglesias, y Castillos de las diferentes Ordenes monje-militares que ayudaban a los peregrinos, tanto en la cura de su cuerpo, como de su alma.

### SANTIAGO Y LAS TIERRAS HISPANAS

Aunque de sobra es conocido, recordaremos aquí, que era Compostela y quien era Santiago. Santiago era uno de los Doce Apóstoles de Jesucristo, hermano de Juan El Evangelista, hijos del Zebedeo. Estando reparando un día sus artes de pesca en el Mar de Galilea, Jesús les llamó. Abandonaron a sus familias y le siguieron. Fue llamado **Santiago El Mayor**, para distinguirlo del **otro Apóstol, Santiago El Menor**, quien sería el Factotum de la Iglesia de Jerusalén.

Históricamente se sitúa la llegada de Santiago el Mayor a España, hacia el año 44 D.C. ¿Estuvo verdaderamente en España? ¿Dónde quería ir realmente?

Hay muchos historiadores que dudan, pero la duda es su oficio...

En "Los Hechos de los Apóstoles" no se hace alusión alguna. Habrá que esperar cuatros Siglos, para que San Jerónimo hable de esta evangelización en sus "Comentarios de Isaías"

En los dos siglos siguientes, el viaje de Santiago se confirma rotundamente, por otros autores como San Isidoro y por toda la literatura mozárabe.

Pero desde el punto de vista del ángulo histórico, las probabilidades son efectivamente muy débiles.

A esto, no obstante, podemos objetar que Jesucristo pidió a todos sus Apóstoles, el ir a los confines del mundo a testimoniar sus Evangelios y su Palabra.

En definitiva: si nada prueba el viaje de Santiago a España, nada en los textos ni en las fechas se opone. El creyente es libre en sus creencias.

Lo más probable, si es real o mítico, es que el viaje de Santiago, ocurriese así: Desembarca en Andalucía, atraviesa la Península Ibérica, por una Vía Romana (Vía de la Plata??), y llegado a Galicia comienza a captar discípulos. Sin duda de entre ellos, podemos hablar de Teodoro y Anastasio, los cuales le acompañan en su regreso a Jerusalén, y donde después de su muerte, martirizado, roban el cadáver a su verdugo y lo embarcan.

Un ángel conduce su navío hasta las costas de Galicia, y desembarcan en el puerto de IRIA FLAVIA<sup>1</sup> (hoy en día puerto de Padrón)

Los discípulos creen llegado el momento de enterrarle, pero la Reina Louve o Lupa, se opone a este acto, ya que convertida al cristianismo, regala su palacio para servir de tumba al Apóstol.

Si admitimos el viaje, describamos lo siguiente: No es sorprendente que después de haber predicado en la España interior, Santiago tuviese más éxito en Galicia, impronta del misticismo Celta, donde además vivían comunidades de origen hebraico.

### EL ERMITAÑO PELAYO

En el año 813 se anuncia el descubrimiento de la sepultura del Apóstol y de sus discípulos en Compostela – **CAMPUS STELLAE** – El Campo de la Estrella. Según la tradición, el ermitaño Pelayo, por indicación de otro monje, identificó el lugar gracias a unos fuegos, que aparecían durante la noche, en el mencionado Campo.

**Compostum o Compositum**, más probablemente, piensan los lingüistas, ya que estas palabras designaban los lugares funerarios y por extensión las tumbas.

Cualquiera que fuese la buena etimología, Teodomiro, Obispo visigodo de Iría Flavia, ordenó el levantamiento de la tumba y esta noticia del descubrimiento de la de Santiago El Mayor, hizo el efecto del trueno en la cristiandad.

### NACIMIENTO DEL SANTUARIO EN COMPOSTELA

Haciendo un breve resumen cronológico, lo exponemos de la siguiente manera.

Alfonso II, Rey de las Asturias y Galicia (muerto en el 842) hizo construir una primera y pequeña Iglesia, en Compostela e informa de este descubrimiento al Papa León III y a Carlomagno, al cual envió incluso como reliquia un omóplato del Apóstol.

En el Siglo X, los peregrinos acuden ya desde el extranjero, incluidos Obispos franceses.

En el 997, el caudillo musulmán: El-Mans-Ur (Almanzor), destruyó esta primera Iglesia, e hizo abreviar a su caballo en la pila baustimal. Hizo llevar a hombros de los cristianos las campanas arrancadas de esta Iglesia y hacer con ellas lámparas para la Mezquita de Córdoba, (mucho más tarde regresaron estas campanas a hombros de los "moros"), pero sin embargo respetó la tumba del compañero del Profeta Jesús-Cristo.

Una nueva Iglesia, base de la Catedral actual, enriquecida a lo largo de siglos, se comenzó a construir a partir de 1078. La gran época del peregrinaje ha comenzado.

Y así querido lector y colega, terminamos este primer episodio, de **DOCE SIGLOS DE CAMINO**, hoyando con nuestros pies y mentes una parte de "ese camino", donde el viajero, que no-turista de corrida de toros, o bailes populares, encuentra el reflejo del latido de su ser en cada cosa que contemple.

Finalizo con parte del texto de un artículo de Luis Alonso Luengo, que es Miembro Correspondiente de la Real Academia de la Historia, escritor y cronista Oficial de la Ciudad de Astorga, titulado "Peregrinos, Viajeros y Turistas"

*"El turista, nunca escribe un libro en el que cuente su caminar: el escribirlo va contra la propia esencia de la actitud turística. El viajero y el peregrino sí.*

*El libro del viajero cuando es sincero, resulta siempre una autobiografía.*

*El libro del peregrino es siempre una oración. "*

**AQUÍ ACABA O PRIMER TEXTO DE "DOCE SIGLOS DE CAMINO"**

**GLORIA SEXA Ó ESCRITOR E Ó LECTOR**

**(continuará...)**



Fotos cedidas por la Gerencia de Promoción del Camino de Santiago.



Fotos cedidas por la Gerencia de Promoción del Camino de Santiago.

<sup>1</sup> La actual Iglesia de Iría Flavia, fue construida por el arzobispo Gelmirez en el S.XII, sobre otra más antigua que había arrasado Almanzor. Se terminó en el S.XIII, y solo se conserva de esa época la portada y las torres, de estilo románico ojival; el resto del edificio se debe a una restauración del S.XVII. En su exterior está el cementerio de Santa M<sup>ª</sup> de Adina, en donde pidió y estuvo enterrada la poetisa Rosalía de Castro.

# TURISMO DE TÚNEZ

## Los amigos que vamos haciendo



**D. Abdesslem Mohsni**

Desde estas líneas queremos decir "Hasta pronto" o "Hasta siempre" a un gran profesional del Turismo, WAHID IBRAHIM, Director de la Oficina de Turismo de Túnez en Madrid hasta hace unos meses, y colaborador de esta Asociación en todos aquellos temas en que solicitábamos su apoyo. Nuestros mejores deseos en su nueva singladura y aquí quedan a buen seguro un montón de amigos que siempre recordaran su buen hacer a lo largo de estos años, en la promoción de su magnifico país, Túnez.

Ahora deseamos dar la más cordial bienvenida al nuevo Director, D. ABDESSLEM MOHSNI, al que deseamos un feliz regreso a nuestro país, donde los profesionales del Turismo, estaremos encantados de seguir colaborando por el futuro de un Sector, que como ninguno sirve de "unión" entre nuestros pueblos.

**Abdesslem Mohsni** comenzó su andadura profesional en

1968 cuando se incorporó al periódico *l'Action* como Redactor Jefe, cargo que ocupó hasta 1972.

Su carrera profesional en la Oficina de Turismo de Túnez se inició en 1972 con su nombramiento como Secretario General de la misma.

Desde 1977 hasta 1988 estuvo al frente de la primera Representación de la Oficina de Turismo de Túnez para España y Portugal.

Después de 11 años promocionando el destino Túnez en España fue nombrado Director General de la juventud en el Ministerio tunecino de Juventud e Infancia, puesto que dejó al incorporarse, en 1991 a la SOSTEM –Sociedad Tunecina de Estaciones Termales y Aguas Minerales- ejerciendo como Presidente Director General.

El anterior cargo antes de su llegada a España era el de Cónsul de Túnez en Grenoble y Toulouse respectivamente.

## TÚNEZ... paraíso entrañable



Tan cerca y tan diferente. Solo a dos horas y media de avión o parada mítica de un Crucero por el Mediterráneo, una visita que seguro va a marcarnos para toda la vida porque más de una vez en nuestras descripciones de acontecimientos vividos, diremos eso de "cuando estuve en Túnez" o "después del viaje a Túnez", pues sin duda en nuestra retina permanecerá su imagen, por sus vistas, por su colorido, por la simpatía de los tunecinos, por su buen clima y el maravilloso espectáculo de las gentes en las calles.

En la visita a este país, es cuando aprecias de verdad lo fantástico que puede ser realizar un viaje y que el mundo no son "casas, coches y gentes" como decía un detractor de los viajes, sino una maravillosa aventura y otro concepto del tiempo y de la vida.

Cuando arribamos al país, están muy preparados para recibirnos, con el mayor orden cuidan al turista al máximo, conscientes del valor potencial que esta fuente les proporciona y que hoy, es uno de los pilares de su economía.

Kilómetros de playas impecablemente limpias y con hoteles súper modernos como los que hay en la isla de Djerba, que ya Ulises, disfrutaba sus jardines y palmeras. Donde la civilización actual, ha respetado el entorno natural y ha construido un emporio pero eso sí, nunca un edificio es mas alto que una palmera, con el fin que podamos disfrutar el cielo azul y el mar.

Una gran metrópoli es la capital, ofreciéndonos todo lo necesario para un turismo moderno, o el lugar ideal para congresos, donde en el tiempo libre visitar la Medina, es toda una experiencia divertida y practicar el regateo, lo habitual.

Traerte una chilaba de hilo y bordados maravillosos, una alfombra o algo de lo mucho trabajado en cuero o cobre, es como haber conseguido un gran tesoro que enseñas a los compañeros de viaje con orgullo y no digamos nada de las delicias dulces tunecinas, dátiles rellenos de mazapán y pasteles de almendra y miel, que se pueden adquirir en la misma Medina. Los vendedores tratan de entenderte en cualquier idioma y desde luego, lo consiguen, y en cuanto a precios... el viaje, disfrute total, porque tu euro vale más.

Cartago, tan significativo en nuestra historia, Amilcar y Sidi Bou Said nos esperan y no pueden dejar de visitarse, ahí si que hay que hacer "el turista" y pasear por sus estrechas calles, tomar el té típico y ver sus acantilados sobre el mar.

Susa y las playas, Chenini y costumbres beréberes. Matmata con casas excavadas dentro de la tierra y el desierto tunecino de sal y arena dorada con sus oasis y palmeras.

Al hombre se le gana por el estomago y al turista, se le puede perder por la comida, pero eso es Túnez, es imposible. Pescados y mariscos fresquísimos a la plancha, verduras exquisitas y cocinadas de forma natural. Si queremos picante... picante tenemos pero siempre para que se ponga al gusto, pues no va incorporado a lo cocinado y al llegar a los postres, los más cuidadosos de su cintura, deben perder el control.

Si París, bien merece una misa, Túnez merece unos días y algún kilito

### **Emma Elisa García Polero**

(Los amigos de A.E.P.T. en Túnez, con la colaboración de la Oficina Nacional de Turismo)

**Gracias a todos, gracias a su Directora adjunta en Madrid, Nehla Derouiche.**



Fotos cedidas por la Oficina de Tunes en Madrid. Torre de Madrid, pta. 4º, of. 1. Tel: 91 548 14 35

# ACTIVIDADES A.E.P.T.

## FITUR y IV Premio Hermes

Un año más, AEPT estuvo presente en FITUR, Feria del Turismo, celebrada en Madrid, del 28 de enero al 1 de febrero de 2004, en el stand situado en el pabellón 8.

Durante su celebración se hizo entrega del IV Premio Hermes, concedido a D. Antonio Gil, Secretario General de la A.E.H.M., por su profesionalidad y

valores humanos, demostrado a lo largo de los años dedicados como gran profesional al sector turístico.

Este premio, organizado por la A.E.P.T. (Asociación Española de Profesionales del Turismo), con la colaboración de Intermundial Seguros, es convocado todos los años, entrando ahora en su V Edición.



## Manet en el Prado

El día 07 de Febrero, tuvo lugar dentro de las actividades de la A.E.P.T. la visita a la exposición de Manet en el Museo del Prado, con la colaboración de Turmadrid, seguida de un singular recorrido por Madrid, en uno de los autocares de MadridVision, empresa dirigida por Heriberto Verdés, miembro de A.E.P.T. y que permitió descubrir un Madrid diferente, desde una panorámica a veces desconocida incluso para

los madrileños, y que animamos a conocer de una manera fácil y divertida desde las alturas de estos magníficos autocares. El cierre de la actividad fue la degustación de un espléndido "cocido madrileño" en el Restaurante Navacerrada, dirigido por nuestro asociado y magnífico profesional Fernando Aparicio Alonso

Desde estas líneas, gracias a todos



## Fin de Semana a la Legio VII Gemina y Minas de Oro Astures

Es difícil resumir a veces, en unas breves líneas todo lo vivido en dos intensos días, en los que viajamos hacia tierras leonesas, y fuimos recibidos, acogidos, paseados, por tan magníficos profesionales, que resulta a veces complicado hacerlo, sin olvidar algún detalle.

**ASTORGA**, redescubierta a través de los ojos de nuestra magnífica cicero-ne, María Ángeles Ramos, quien nos transmitió sus extensos conocimientos sobre Romanos, Medioevo, Camino De Santiago, Gaudí, las Industrias de la zona, antes y ahora. Una visita en la que nos transportó a través de la historia, sin que apenas nos diéramos cuenta.

Gracias desde estas líneas, al Excmo. Alcalde de Astorga, D. Juan José Alon-

so Perandones y a su Primer Teniente de Alcalde, D. Luis Álvarez García, que nos dieron la bienvenida en su Ayuntamiento, transmitiéndonos todo su entusiasmo y extraordinario trabajo en el sector turístico.

**PONFERRADA y su entorno**, con nuestra entrañable Neli, veterana asociada de A.E.P.T. que nos acompañó desde Cacabelos, encantador municipio, en el centro de la hoya berciana, junto al río Cúa, donde tras un reconfortante descanso proseguimos el domingo hacia Las Medulas, no sin antes deleitarnos con un recorrido por Ponferrada, con su Castillo de los Templarios, su Basílica de Nuestra Señora de la Encina, su iglesia mozárabe de Santo Tomás de las Ollas, la calle del Reloj, etc., de la mano de Neli que como excelente profesional del turismo, dejó por unas horas su vida docente, para hacer de inmejorable guía de su ciudad. Una parada en el Monasterio de Carracedo, fundado en el año 990, que tras su esplendor durante siglos fue dejado en el más total abandono, hasta las últimas décadas del siglo XX, en las que la Diputación de León comenzó su restauración, para devolverle la importancia que debe disfrutar dentro de nuestro Patrimonio artístico.

**Las Medulas**, cuidado entorno, con



su Aula de Interpretación, donde pudimos apreciar el magnífico trabajo que se desarrolló en sus minas durante el periodo romano. Y para los más decididos (casi todos) desafío al calor y la distancia, y subida hasta la Cueva y la Cueva de la Encantada. Espectaculares vistas.

No debemos olvidar mencionar los Hoteles que nos acogieron y la extraordinaria gastronomía de la que disfrutamos.

**El Hotel Gaudi**, en Astorga, con su directora, Conchita Alonso, que mantiene esa calidez y encanto que nos gusta encontrar en la hostelería.

**El Hotel Santa María**, en Cacabelos, moderno y funcional, atendido por un fantástico equipo.

**Restaurante Serrano**, en Astorga, con Jesús Prieto al frente, nos ofreció una magnífica cena, con una delicada cocina, que fue la mejor bienvenida





para nuestros maltrechos estómagos maltratados a veces por tanta "comida rápida".

**Restaurante "Cuca la Vaina"** en Castrillo de Polvazares, recoleto pueblo de la Maragatería, donde Miguel Centeno, su "alma" nos deleitó con un "cocido maragato", tan exquisitamente preparado, que "casi" no percibíamos todo lo que éramos capaces de ir "disfrutando" en nuestro paladar.

**Mesón Real de Molina Seca**, fin del recorrido gastronómico, para tomar

fuerzas para el viaje de vuelta, solo era necesario degustar un buen "botillo". Y este fue el último placer que nos prepararon en este rincón leones, donde Roberto y su equipo nos atendieron con toda su amabilidad y buen hacer.

Y todo este fantástico recorrido, que invitamos a todos a efectuar en cualquier pequeña escapada, llevados cómodamente como no podía ser de otra forma en uno de los magníficos autocares de **Confort Bus**, gracias a la colaboración de Javier Orive. Gracias Javier.

Estas actividades de A.E.P.T. que nos permiten pasar unas horas o unos días agradables surgen por la colaboración de todos vosotros, que en algún momento sugiere una idea, sobre la que trabajamos y elaboramos estas pequeñas escapadas, en las que podemos disfrutar de lo que a veces solo pensamos para los demás: el Turismo.

En este caso fué nuestro Tesorero, Roberto Sancho, quien recordando su paso por estas tierras leonesas, donde desarrollo una parte de su vida profesional, fue el motor que nos permitió disfrutar de un magnífico fin de semana.

**Más información sobre la zona en:**

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

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

[www.ponferrada.org](http://www.ponferrada.org)

[www.cacabelos.org](http://www.cacabelos.org)



## Asamblea General Ordinaria de la A.E.P.T.

El día 04 de Marzo de 2004, se celebró la XXVI Asamblea General Ordinaria de la Asociación Española de Profesionales del Turismo.

El acto tuvo lugar en el Hotel Meliá Madrid Princesa, y al mismo asistieron una amplia representación de asociados.

Tras unas palabras de bienvenida del Presidente, José Antonio Carrasco, se continuó con el orden del día establecido, informando a los asistentes de las Actividades realizadas durante el 2003, destacando la entrega del Premio Hermes, en su III Edición, y la creación del Premio Taumas, a la mejor estrategia de Comunicación.

Entre los Proyectos en curso, destaca la creación de la figura de "amigo de la AEPT", por la que se da entrada como miembros de la Asociación, con unas premisas especiales, a determinadas personas físicas y jurídicas, no profesionales del Turismo, pero interesados en compartir experiencias y actividades con miembros de la AEPT.

Se ratificó así mismo el cambio de sede de la Asociación, al nuevo emplazamiento en Gran Vía, 63, 7º Izda. - 28013 Madrid

Así mismo, quedó aprobado por unanimidad el Balance de 2003 y el Presupuesto para 2004.

Tras unas palabras de agradecimiento



a todos los colaboradores y también a los asistentes a esta reunión, por las magníficas ideas aportadas y que se desarrollaran en los próximos meses, el Presidente dio por finalizada la Asamblea.

## A.E.P.T. Una puerta abierta a todos los Profesionales del Turismo

El pasado día 20 de Mayo, nuestros asociados y amigos compartieron este recién estrenado "punto de encuentro", que esperamos sea el primero de una larga serie de "encuentros" donde charlar, debatir, comentar, intercambiar nuevas ideas, siempre "un buen momento" para además disfrutar de unas magníficas "vistas".



### ACTIVIDADES A.E.P.T.

(último trimestre 2004)

- **Tribuna "La ley de protección de datos": 5 de octubre.**
- **Edades del Hombre: Finales de Octubre.**
- **Renacimiento en Jaén: Finales de Noviembre.**
- **Cena de gala: Finales de Noviembre, principios de Diciembre.**
- **Cursos pendientes con la Agencia de Empleo del Ayuntamiento de Madrid: Recepcionista de Hotel y Savia-Amadeus.**

# TRIBUNA LIBRE

En nuestra "Tribuna Libre" agruparemos a partir de ahora, aquellos artículos de asociados, amigos, y colaboradores que quieran darnos sus opiniones en temas de actualidad, contarnos historias interesantes o simplemente manifestar sus ideas

## Cosas que pasan

### Calidad

Hablar de calidad, es algo que aparece en todos los escritos y conversaciones de las autoridades turísticas y también por parte de muchos de los profesionales del sector, pero luego nos encontramos con la triste realidad de que estas mismas autoridades que deben de velar por la calidad, legislan en contra de la misma.

Ya sabemos que el concepto de calidad no hay que equipararlo con el lu-

jo, sin embargo lo que no debe de hacerse es rebajar sucesivamente los requisitos para obtener una determinada categoría de los hoteles.

Actualmente hay hoteles en Madrid, que teniendo 4 estrellas, como se encuentren más de 6 personas en Recepción con equipaje, difícilmente pueden moverse.

Otro ejemplo lo tenemos en los cuartos de baño, el bidet, ha pasado a ser

una vieja gloria, y la obligatoriedad de bañera completa se aplica a un menor número de habitaciones, porque se sustituye por las duchas de hidromasaje. ¿No podemos tener también estas duchas en las bañeras?.

También cada vez va resultando más difícil encontrar hoteles que ofrezcan espacio donde recibir una visita en un rincón tranquilo.

*Juan Morales*

## Nuevos retos para el sector hotelero urbano

**El sector de la aviación está de nuevo en una fase de cambios con reducción al máximo de los costes, entrando en una competencia cada vez mayor entre las compañías tradicionales y las de bajo coste. El sector hotelero de grandes urbes se encuentra en una fase expansiva de creación de nuevas plazas, pero ha de enfrentarse al reto de una demanda que no crece al mismo ritmo.**

Recientemente se han producido en nuestro sector noticias muy relevantes al afectar a dos de los pilares en los que se sustenta el turismo: transporte y alojamiento.

De las empresas de transporte han aparecido en diversas publicaciones, de carácter general y especializadas en turismo, estudios de "European Cockpit Association" y de "Low Cost Carriers in the European Aviation Single Market", sobre las compañías aéreas de bajo coste. De dichos estudios se desprende una disminución del 57% de costes respecto a las denominadas compañías tradicionales. Costes que son consecuencia de variados factores, tales como: mayor número de plazas en los aviones (incremento de la densidad de asientos); disminución de los costes de handling (externalizado en la mayoría de los casos); menor tiempo de los aviones

en tierra al reducir minutos en carga de combustible, limpieza e inspección; ahorro de tasas al utilizar aeropuertos alternativos donde las tasas son menores; ventas a través de Internet con la correspondiente eliminación de intermediarios; disminución del número de empleados por avión (mientras British Airways tiene 576 pasajeros por empleado, el ratio de Ryanair es de 4.743); reducción de los costes de personal administrativo y de grandes edificios para sus oficinas (poseen unas estructuras corporativas mínimas y se ubican alejadas del centro de la ciudad para evitar alquileres elevados); utilización de un solo tipo de avión ahorrando mantenimiento y entrenamiento del personal; ausencia de servicio de comidas y bebidas gratuitas (lo que supone al margen del ahorro unos ingresos extras en el caso de ser requeridas por el pasaje).

La segunda referencia son las empresas de alojamiento, concretamente las del mercado urbano de grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga, en base a un estudio llevado a cabo por Exceltur. Las consideraciones de dicho estudio son muchas y variadas, así como profundas y girando ante un hecho: el crecimiento en la inversión en el sector hotelero. Dicho incremento para el periodo 1.999 a 2.002, según datos

del INE, se ha concentrado particularmente en los hoteles de categoría de cuatro estrellas, con un 6,5%, frente a una demanda acumulada de 4,4% de turistas y, para el periodo 2.002 - 2.006 está previsto en un 40%.

Nuestro comentario vamos a realizarlo sobre los hoteles urbanos de Madrid, pero perfectamente podemos, con la prudencia lógica, trasladarlo a otras grandes urbes. En Madrid el año 2.002 se ofertaban 55.398 plazas, habiendo alcanzado 4.882.324 entradas y un porcentaje de ocupación del 54.3%; ello supone 10.979.607 pernoctaciones (55.398 x 365 días x 54.3%) y una estancia media de 2.25 (10.979.607 / 4.882.324). Estos datos del pasado reciente hemos de presentarlos con el futuro próximo, ya que las estimaciones para el año 2.006 son que Madrid ofertará 77.668 plazas, es decir, un incremento de 22.670 (40.2%). Ello supondrá que para el mismo porcentaje medio de ocupación (54.3%) se deberá alcanzar una cifra de 15.393.409 pernoctaciones (77.668 x 365 x 54.3%), lo cual unido a un mantenimiento de la estancia media de 2.25 se precisaría 6.841.515 entradas, cuestión que será real si conseguimos un crecimiento anual del número de turistas en el entorno del 9%, o lo que es lo mismo aproximadamente un 40% para el cuatrienio.

Si a lo anterior le enfrentamos que el crecimiento del número de turistas en el periodo 1.998 - 2.002 fue de 1.6%, y la tendencia no parece que sea muy dispar, nos encontraremos que para el 2.006 Madrid tendrá un número de entradas (viajeros) entorno a 5 millones, lo cual, en la hipótesis de mantenimiento de la estancia media, supondrá una ocupación del 39.37%, que si nos ponemos más alarmistas podría situarse en el 33%.

De los comentarios anteriores se vislumbra que no son buenos tiempos los que presenta el futuro para el sector hotelero. Hay quien apunta que hay que legislar en materia urbanística para frenar la sobre oferta, que hay que ralentizar el crecimiento para frenar tensiones, que no se produzca una competencia de bajada irracional de precios, o que entremos en una pérdida de calidad por una prestación de los servicios inadecuada.

De siempre he considerado que las empresas de alojamiento se han dedicado ha ir copiando muchas de las políticas de las compañías de transporte, y tal vez esa sea de nuevo una de las posibles soluciones ante la realidad que se nos presenta a la vuelta de la esquina. Madrid, al igual que otras grandes ciudades, deberá presentar, con la flexibilidad que todas las cosas requieren, y con dos tipos de oferta de alojamiento y restauración. Una destinada a una tipología de clientes que precisan de unos servicios de alto nivel, donde el precio no prima la elección sino el servicio, las instalaciones, el equipamiento, etc., y otro segmento donde la elección está basada en un precio bajo. El primer segmento estará compuesto por el turista obligatorio, es decir, el de negocios y similares, mientras que en el segundo grupo

tendremos el del turista voluntario. La realidad nos está demostrando día a día que los viajeros poseen una mayor información, están mejor cualificados, tienen más experiencia y, siempre que puedan, no les importará sacrificar ciertas comodidades y prestaciones a cambio de un precio menor, ya que lo barato siempre vende.

En consecuencia, si queremos mantener la oferta hotelera deberemos establecer una política de costes tendientes a minimizarlos con el objeto de ofertar unos precios que hagan posible el incremento de la ocupación, de forma que se trabaje con márgenes unitarios muy pequeños pero que nos den beneficios. Para ello tendremos que plantearnos en llevar a cabo una planificación de plantillas adecuada al índice previsto de ocupación, de forma que partiendo de un índice de tiempos y de nivel de actividad establezcamos la plantilla ideal y utilicemos correctamente la capacidad de rotación de turnos, horarios, descansos y vacaciones, crear estructuras organizativas más flexibles, introducir programas informáticos de gestión que nos permitan disminuir operaciones manuales y poder controlar en todo momento nuestros costes y niveles de ocupación y producción, establecer diagramas de procesos tendientes a mejorar la eficacia minimizando operaciones y tareas inútiles, comercializar nuestra oferta mediante Internet con el objeto de disminuir los gastos por reserva, externalizar ciertos servicios, oferta con precios muy competitivos por compra anticipada y garantía de pago, fomentar el asociacionismo como medio de conseguir precios más bajos de proveedores, centralización de reservas, campañas de publicidad, asistencia a ferias, etc.,

promover precios muy atractivos son incluir el desayuno (siendo este un servicio que el huésped contraría de manera mayoritaria si reducimos sus precios actuales), fomentar más el no cambio diario de ropa de cama y baño, incrementar la formación de nuestros empleados con el objeto de que sean más profesionales y productivos sin aumentar esfuerzos (los procesos productivos siempre son mejorables), velar con mayor profundidad nuestros costes en restauración (desde adquisición de materias primas, procesos de elaboración incorporando las últimas tecnologías), asignación de habitaciones más correcta con el objeto de cerrar zonas o plantas en determinados días o épocas, fidelizar clientes sin casi incrementar costes (como es el caso de habitaciones de categoría superior a precio de habitación standard), retomar la promoción de dos por uno para el servicio de habitación (los costes casi se mantienen y tendremos más huéspedes, lo cual ocasionará ventas de servicios complementarios), disminución en los costes de limpieza y mantenimiento de zonas públicas y oficinas, y muchas otras cuestiones que todos tenemos aparcadas por que las cosas hoy funcionan más o menos bien, pero cuando lleguen los momentos de crisis tendremos que estar preparados para que sus efectos sean mínimos en nuestras empresas, aunque el consejo es aplicarlas hoy.

**Dr. D. José Antonio Dorado Juárez**

Profesor de la Escuela Superior de Hostelería y Turismo

Profesor del CES Felipe II

Universidad Complutense

## El renacimiento del turismo

Llega el verano y papá elige el destino de nuestras vacaciones. Su decisión marca un hito en la vida cotidiana de la familia. Un nuevo entorno por descubrir. Papá compra la mejor guía turística, ordena sus mapas, pregunta a amigos que ya conocen el destino sobre los mejores lugares para visitar, alojarse, comer... Mamá ejerce de copiloto experimentada y encargada de logística. Mi hermana y yo estamos tan emocionadas. Los viajes siempre resultan increíbles, conocemos nueva gente, paisajes, sabores...

Hace casi cuatro décadas de aquellos viajes y los recuerdo como si acabaran de finalizar. Constituyen una de las mejores imágenes de mi infancia. Recuerdo que papá nunca hablaba de los precios de hoteles, restaurantes... Sólo le importaba la emoción, que no estaba vinculada al descuento. Ese es el Turis-

mo que aprendí; la Industria Turística que amo y en la que elegí trabajar.

Vacaciones 2004: *"Todos los viajes que ofrecen las agencias son iguales; por tanto, elegiremos el que sea más barato y con "Todo Incluido", para evitar problemas".* Viajes enlatados, mal servicio, colas para desayunar, suciedad en los alojamientos, mala comida... Eso no merece ser llamado Turismo.

El único motor que mueve el auténtico Turismo es la curiosidad y la pasión del viajero por descubrir mundos, pueblos, sensaciones... Ese espíritu debe respetarse para que el sector renazca, siga creciendo y madurando. Enriqueciendo a una sociedad, tanto económica como espiritualmente. La masificación, las guerras de precios, la despersonalización sólo contribuyen a afean, degenerar y, al final, agotar esta actividad industrial.

No todas las agencias ofrecen los mismos viajes. Pero la guerra de precios mediática consigue que lo parezca.

**Hoteles en Primera Línea de carretera**

El futuro pasa necesariamente por no otorgar cinco estrellas a hoteles que no las merecen. Hoteles como el que se encuentra a escasos cinco metros de la Carretera Nacional 340. Está en absoluta primera línea; pero no de playa, sino de carretera. Un hotel que acaba de celebrar su inauguración tirando los precios en plena nueva Milla de Oro de la Costa del Sol: 49 euros por persona con media pensión durante junio. Este hotel presume de cinco piscinas, cuando el tamaño de cada una de ellas supera escasamente al de un jacuzzi.

Situaciones como esta son un auténtico

co drama, tanto para la cadena, que perderá la confianza de clientes y valor de la marca, como para el propio destino turístico.

Prefiero, evidentemente, el hotel familiar de Sevilla de tres estrellas, donde el personal se desvive, está reluciente y su directora comercial, toda una amiga de la familia, me regaló

una caja de las inolvidables yemas de la Campana en el último viaje.

Turismo vivo y profesional. Un sector industrial basado en profundos análisis del mercado y de los clientes, en estadísticas serias y fiables. El Turismo mejor promocionado del mundo. Ese es el Turismo por el que vibro. Turismo que sobrevive gracias a la

ilusión y al esfuerzo de los más coherentes y también soñadores. Los que están llamados ahora, en plena crisis de identidad, a crear las bases del nuevo Turismo que premia la creatividad, el entusiasmo y la amabilidad.

**María J. Asenjo**

Periodista y Consultora

## Un futuro sin fronteras

El eterno sueño juvenil. El placer de disfrutar por unos momentos de la libertad, de los viajes paradisíacos, del aroma del mar cercano o de la montaña más alejada.

El sentimiento de saber que el viaje, la aventura y el encontronazo cara a cara de millones de seres humanos distintos se dará frente a nuestra vida.

La realidad en contra de la ficción o simplemente las ganas por salir al mundo aún por descubrir. La fantasía de creer que todo lo que vemos es realidad, aunque desgraciadamente no siempre podamos comprender que nada es lo que parece.

Así lo pintan, así lo creen. Pero detrás de toda esa magia que alberga el turismo, no solo se encuentran personas

sonrientes, capaces de hacerle la estancia y el viaje más maravilloso, sino preocupaciones y muchas ganas de salir adelante, gracias a un mundo a la vez tan fascinante como idealizado; las posibilidades son muchas, solo debes encontrar la forma más adecuada y la ayuda de quienes saben la dificultad a la que nos enfrentamos diariamente.

Horas de estudios, pruebas superadas para que una vez que crees que estás en la meta, debas volver a comenzar; eso es lo bonito, saber que nunca encuentras el final.

No es simplemente un negocio, ni un trabajo para ganarse el pan de cada día. Va más allá. Es una forma de vida, una forma de sentir un poquito más cerca de las personas. Una manera de

analizarles y entender las diferencias entre nosotros mismos.

Un mundo de aventuras que lo único que intenta es ofrecer la máxima felicidad al resto. ¿Alguien podría negarse a tan maravilloso trabajo?.

Sin embargo, y de alguna manera con preocupación ante mi persona, tendría que decir que detrás de tan hermosa filosofía existe un intento por mejorar, un intento de superación y saber que con cada minuto de nuestra vida, estamos dando un trozo de nosotros para poder desgarrar una sonrisa a cada uno de ustedes.

Y solo pedimos una cosa: que sus vacaciones, su estancia o su viaje sean ante todo un recuerdo feliz.

**Pilar Alegría**

## Pinceladas históricas, Brasil

**Comenzamos con estas líneas, una breve historia de Brasil, escrita por nuestro asociado Mariano González Santiso, un apasionado de este bello país, que intenta conocer y transmitirnos, más allá de lo que las guías turísticas nos dicen, para despertar nuestro animo viajero hacia tierras brasileñas.**

"Pau Brasil", caña de azúcar, oro, diamantes, caucho, café y un exotismo paisajístico y cultural han fascinado a gentes desde todos los rincones del planeta, desde que, no se sabe con exactitud quién, se pisaron por primera vez las espectaculares tierras brasileñas.

La historia nos sorprende, en los últimos quinientos años, cuán cercano es ese exotismo y los lazos que se han mantenido entre el pueblo brasileño y el español.

**\* Raíces:**

Se sabe con exactitud, que hace más de cinco mil años Brasil estaba ya poblado, aunque los antropólogos disciernen entre si hace 10.000 o incluso 20.000 años, que tribus nómadas procedentes del Nordeste de Asia, y atravesando el estrecho de Bering, se habían desplazado desde Alaska hasta el

sur en búsqueda de un clima más templado.

Es probable que hubiese más tarde, un segundo flujo migratorio a través de los océanos, trasladándose de isla en isla.

Existen indicios de que los fenicios también llegaron hasta Brasil; diferentes investigadores aseguran que las ruinas de ciudades como Nichteroy, Campos y Tijuca (en Brasil) son de influencia fenicia. Y los cartagineses, como herederos de la cultura fenicia, quizá también se pasearon por tierras americanas partiendo de sus bases en las islas Canarias y Azores.

**\* Siglos XVI - XVIII**

**El principio de la colonización:**

**Portugueses:**

Según varios autores, antes del descubrimiento de Brasil por parte del portugués **Pedro Álvarez Cabral** el 22 de abril del año 1500, estas tierras ya habían sido visitadas por navegantes españoles, pero no dejaron constancia de su descubrimiento; principalmente por la división del nuevo mundo acordada por portugueses y españoles, ratificada en el **Tratado de Tordesillas**.

En un principio el viaje de **Cabral** tenía como destino la India, aunque su

curso, no se sabe si por los fuertes vientos, o por sus ansias de descubrir un pedazo del nuevo mundo, fue desviado llegando hasta el actual Brasil.

Bautizó estas tierras con el nombre de Isla de Vera Cruz, actual Porto Seguro, que más tarde se cambiaría por Tierra de Santa Cruz. A los pocos días regresaron a Portugal llevando consigo el "**pau Brasil**", madera que producía un tinte de color rojo, muy utilizada en la producción de tintas y pinturas. Éste sería el único producto exportable durante el siglo XVI.

Se estima que hasta el descubrimiento de estas tierras por **Cabral** existían unos tres millones de indígenas que conformaban distintos grupos tribales. No constituían un grupo cohesionado, desplazándose periódicamente en busca de otras tierras. La **tupi** era la cultura hegemónica en la costa; testimonio de ello lo constituyen actualmente la mayoría de los nombres de animales, montañas, ríos y de muchas ciudades que poseen nombres **tupi**; además del importante papel que ya desempeñaban en su cultura la música y los bailes.

En la actualidad se calcula que los supervivientes son escasamente trescientos mil habitantes indígenas los que habitan Brasil, principalmente las

zonas del interior, datos ofrecidos por la FUNAI (Fundación Nacional del Indio).

El periodo colonial de los portugueses comienza con la expedición de **Martín Alfonso de Souza** en el año 1530. Durante el reinado de **João III**, la colonia fue dividida en 15 capitanías, territorios donados a doce capitanes, con carácter hereditario, y que se hicieron cargo de los diferentes territorios con plenos poderes. Sólo las capitanías de Sao Vicente y Pernambuco lograron una cierta pros-

peridad, especialmente por el cultivo de **caña de azúcar** que se comenzó a producir a principios del S. XVII, la tierra y el clima eran ideales para la producción de este producto. La creciente demanda de azúcar propició la llegada de esclavos del continente africano a Brasil, y la captura de indios para trabajar en los campos.

La captura y venta de esclavos indígenas se convirtió en una rentable actividad. Brutal tarea que realizaron los **bandeirantes** durante los siglos XVII y XVIII (originarios de São Paulo

y descendientes de padre portugués y madre india, habitualmente) que cazaban a nativos y reclamaban para los portugueses inmensas extensiones de tierra a cambio de grandes fortunas. Mientras, los sacerdotes jesuitas fundaron aldeas o misiones para proteger y cristianizar a los indios. También arrasados por los bandeirantes, los jesuitas fueron desplazándose cada vez más hacia el sur del país.

(continuará...)

**Mariano Gonzalez Santiso**

Viajes Crucemar

## LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Iniciamos en este número, una nueva sección, dedicada a analizar, a responder consultas, a informar, todo ello desde el punto de vista jurídico, contando con ello con un profesional de larga trayectoria en el Sector turístico, JAVIER ZAMORA, colaborador de A.E.P.T. que nos ayudara en este a veces "difícil" campo.

**Recordamos a todos los asociados, el servicio de "Asesoría Jurídica" de A.E.P.T. , cuyos servicios serán informados a través de la secretaría de la Asociación: 91 559 18 52.**

### Diez consejos sobre como actuar cuando nos piden una hoja de reclamaciones

En muchas ocasiones en nuestra actividad como asesores de empresarios, nos han pedido consejo sobre cómo actuar cuando alguien exige una hoja de reclamaciones. Y nuestra respuesta habitual a una petición así suele ser preguntar a nuestro interlocutor por el problema concreto que sufrió y limitarnos a aconsejar.

Y es que, exponer pautas sobre cómo actuar en todo caso, sea cual sea el incidente que ha dado lugar a cada reclamación es, no sólo difícil, sino hasta temerario. Haría falta un completo manual sobre qué hacer ante situaciones de crisis, y aún así, probablemente la conducta de hosteleros y cliente enfrentados daría contenido a más de un seminario de análisis de conflictos. No obstante, puesto que de generalizar se trata, hay algunos principios generales que podemos seguir, y que aunque en su mayor parte son más de sentido común que jurídicos, nos han de permitir salir airosos de más de un conflicto. Veamos.

Mantenga la calma: el cliente está alterado. Es Vd. profesional, dedicado a la atención al público. Piense que esa profesionalidad exige mantenerse sereno ante la vehemencia de un cliente.

Preocúpese por determinar si el cliente está justamente alterado por algo que ha fallado en su organización, o su crispación viene de fuera. Es importante para determinar cómo se debe actuar.

Si el cliente está justamente alterado porque algo ha ido mal en su establecimiento, intente reconducir la situación, tanto a base de disculpas, como de compensaciones. Piense que una compensación al cliente tiene una doble

ventaja: es mucho más barata que la barbaridad de sanciones que tiene establecida la generalidad de administraciones públicas, y, además, puede lograr recuperar al cliente, que tras calmarse, quizá acepte las disculpas, la compensación, y no formule la reclamación.

Si el cliente está exageradamente crispado con relación a la causa real de su disgusto, probablemente su problema se origine fuera del establecimiento. En este caso, tiene escasas posibilidades de que se calme, porque no es Vd. el culpable de su desagrado. Que haga el cliente lo que quiera.

Nunca niegue la hoja de reclamación: empeorará las cosas. Y además, tenga en cuenta que es el cliente quien ha de remitir la hoja a la administración, lo que en la mayoría de los casos, y una vez pasado el acaloramiento inicial, se convierte en una carga, que da lugar a que de gran parte de las hojas de reclamaciones, una vez rellenas por el cliente, no se vuelva a saber nada.

No escriba nunca en la Hoja su versión. Vd. también puede estar alterado, y ha de tener en cuenta que lo que diga será probablemente utilizado en su contra.

Una vez que se ha marchado el cliente, anote en un folio aparte, qué pasó, relatando los hechos según Vd. los ha vivido, y deje constancia de quién lo vio expresamente. Grape ese folio con su ejemplar de la hoja de reclamación, y le servirá en un futuro para recordar qué paso, si acaso le piden información desde la OMIC o el Departamento de Consumo de turno.

Tenga en cuenta quién es quién en el

expediente administrativo que abran como consecuencia del incidente. El cliente no ganará ni perderá nada cualquiera que sea la resolución del mismo: si le imponen a Vd. una multa, la cobrará la Hacienda Pública, no el cliente. Y si deciden el archivo del expediente, el cliente quedará en la misma situación que tendría si no lo archivaran. Por ello, no olvide desde el principio, que su oponente en un expediente administrativo será el funcionario tramitador, que no estuvo en el incidente narrado, y que no tiene para tramitar el expediente más datos que lo que haya contado el cliente en su reclamación, o pueda ver personalmente, unos meses después, en una visita de inspección. En definitiva: lo que Vd. acepte, de todo lo que diga el cliente, será lo que se emplee en su contra.

Y si el contenido de la queja es comprobable en visita de inspección –faltas o defectos en los locales, sanitarios, etc.–, tenga Vd. en cuenta que, seguramente, dentro de un tiempo recibirá al inspector. Haga desaparecer el motivo de la queja de inmediato.

Finalmente, si la reclamación está fundada, porque realmente "la ha fastidiado", el cliente estaba justamente alterado, no aceptó compensación alguna, nadie vio el incidente, que además es comprobable en visita de inspección, pues prepare el talonario, porque el suyo es uno de los supuestos que permiten a la Administración Pública cuadrar el presupuesto.

Javier Zamora

JURISTUR CONSULTORES



# Convocatoria V Edición Premio Hermes a la Profesionalidad y Valores Humanos en el Turismo

Desde estas líneas aprovechamos para recordar a todos los profesionales del sector turístico, que ya pueden enviar sus vo-

taciones para la próxima convocatoria, a través de la página web de A.E.P.T.: [www.aept.org](http://www.aept.org) y de Intermundial Seguros:

[www.intermundial.es](http://www.intermundial.es), donde así mismo podrán encontrar toda la información relativa al mismo.

## NUESTROS PROFESIONALES



Por su proverbial modestia nada más lejos de estas líneas de herir la sensibilidad de uno de nuestros PROFESIONALES-ASOCIADOS, cuya trayectoria y bonhomía son referencia en el sector turístico.

Nos referimos en esta ocasión a CARMELO HERNANDEZ...quien vio la luz en las breñas abulenses y desde allí enamorado con el turismo, se formó en el trabajo desde la base de la pro-

fesión hasta alcanzar –como felizmente es hoy- altas responsabilidades en esta industria que es nuestro trabajo.

Si tuviéramos que señalar las cualidades de Carmelo, sobresaldría sin duda alguna la de su discreción unida a la eficacia.

Todos los sectores de la actividad turística son bien conocidos y gestionados por su trabajo y su actual cometido de Adjunto a la Presidencia del Grupo de Viajes Marsans, le han hecho acreedor del aprecio y consideración de todos sus colegas. Su constancia y rigor son bien conocidos por todos.

Amigo de sus amigos, entrañablemente unido a su esposa María Dolores, con quien comparte la educación de sus dos hijas, por quien siente obviamente una debilidad que le honra, y que lo evidenció en aquel momento

en que sus retoños alcanzaron la graduación de sus estudios.

Haciendo gala a las tierras que le vieron nacer cultiva la naturaleza con el mismo cariño que pone para todas las cosas, haciendo del arte cinegético un arte conservacionista a la vez que de ornato para su tierra.

Estas reflexiones sobre Carmelo deben completarse con sus conocimientos gastronómicos, si bien como un "pero" debemos señalar lo que le queda por andar en asuntos del pasado, sobre cuya cuestión confiamos mejore en breve.

Mil páginas de elogios podríamos añadir pero por respetar su modestia diremos de él, lo más importante...ES MIEMBRO QUERIDISIMO DE LA ASOCIACION ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DEL TURISMO.

Gracias Carmelo.

## ÚLTIMA HORA

### UNA EXCELENTE NOTICIA

Como es bien conocido por el Sector tras muchos años de excelente labor al frente del Patronato Municipal de Turismo cesó nuestra entrañable compañera COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO.

En su momento A.E.P.T. se posicionó sobre las formas en que se habían realizado los cambios al frente de esta importante Institución para el Turismo de Madrid.

Nos llega la feliz noticia ahora que por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid ha sido nombrada para gestionar el Patronato, INES GALINDO.

Ningún otro nombramiento podría ser mas acertado y merecido ya que en la figura de Inés se concentra un conocimiento cabal de la promoción y la actividad turística, una laboriosidad digna de ser imitada, una preparación técnica y humana excepcionales, por lo que desde estas líneas y en su condición de miembro –ya veterana- de A.E.P.T., no nos queda sino desearle todos los éxitos posibles estando seguros de que su capacidad de trabajo, ilusión y eficacia por los temas de la información turística y trato con sus colegas harán de ella una excelente Gerente del Patronato.

¡Animo Inés que nuestra ayuda y apoyo no te han de faltar!

# HEMOS LEIDO

## TURISTAS O VACACIONISTAS BOLETÍN TURÍSTICO

N. 317 20 Jul 2004

Hay mensajes de tristeza que me lleguen de algunos de los destinos más maduros del turismo español. Se está generalizando un sentimiento de fracaso, los turistas no son como los de antes, la competencia aprieta, y las tarifas están en oferta permanente. En mi opinión no es un problema de mas o menos promoción, es un problema de concepto de producto. Si hemos dejado deteriorar nuestro producto, lo normal es que estemos deteriorando también el nivel de nuestro cliente.

Algunos destinos se vendieron inicialmente con un carácter propio, una gastronomía propia y la amabilidad propia de los naturales del area. Era una verdadera felicidad, una experiencia envidiada, el poder disfrutar de unas semanas de descanso en un entorno feliz y acogedor. Muchos lugares se constituyeron entonces en polos de atracción a los que los foráneos acudían embelesados y admira-

dos, envidiosos de nuestro estilo de vida, tan natural para nosotros.

Hoy la cosa es distinta, los turistas se han convertido en vacacionistas, que buscan un mismo servicio, (sol, fiesta, desenfreno y barullo) en cualquiera de los destinos que se le ofrecen. Habría que preguntarle a un vacacionista al regreso a su hogar, si recuerda donde estuvo de vacaciones. Les aseguro que muchos no le recuerdan. Y si les preguntamos por el nombre del hotel (a menudo nombres relacionados con países lejanos) muchos tampoco lo recuerdan.

Recordarán el buffet con enormes montañas de papas fritas, de spaghetti, de helado, pero pocos podrán nombrar algun plato típico de la gastronomía local. La paella se sirve con igual desparpajo en cualquier playa del mundo, pero raros son quienes sirven la paella como se hace en su lugar de origen, Valencia.

Los hoteles vacacionales, cada vez más grandes (el volumen simplifica la comercialización, la gestión y los costos), cada vez más parecidos, cada vez más impersonales. El todo incluido socializa y unifica a las masas in-

ternacionales. Los hoteleros se han convertido en meros subcontratistas del servicio de dormir y comer para las multinacionales de la comercialización turística, que dirigen y fidelizan ejércitos de vendedores y viajeros. Los viajeros vacacionistas les pertenecen, los tienen detalladamente analizados y valorados. Los nombres del hotel, de la playa, del mar, son identidades meramente accidentales y transitorias.

Podría crearse una gran alianza internacional de los destinos vacacionales mundiales, promocionando el "vaya Vd. a la playa", sin especificar destino ni país, pero garantizando lo que busca ese cliente, sol, fiesta, desenfreno y barullo. De hecho algunas cadenas ya ofrecen vacaciones unificadas, sin especificación de destino, que habrá que confirmar con el letrado del aeropuerto de llegada del vuelo.

De verdad estamos dispuestos a resignarnos a dejar morir al turismo, a lo que pone en valor nuestra identidad, nuestra cultura, y nos permite compar-tir sanamente nuestras diferencias con los demás?.....

**LLUIS MESALLES**

## Soluciones Profesionales

Seguro Anulación **Plus**<sup>®</sup>  
¡RESERVA SEGURA!

Protección contra sus cancelaciones de viajes, incentivos, eventos...

Control Impago **Plus**  
¡REDUCE RIESGOS!

Trabajar sin impagos con toda la información financiera a su alcance.

Seguro Ski **Plus**<sup>®</sup>  
¡REDUCE RIESGOS!

La mayor tranquilidad para sus programaciones de nieve.

Consúltenos:  
902 24 02 03

GLOBAL PROTECTION **Plus**  
GRUPO DE SEGUROS

Toda la protección, asistencia y beneficios para usted y su familia. 6 seguros en 1

Seguro Asistencia **Plus**  
¡VIAJE TRANQUILO!

La garantía y los límites más amplios para su cliente y empresa. 7 seguros en 1

 **Intermundial**  
más de 60 años de seguros

C/ Irón, 7 • 28008 - Madrid  
Teléfono: 902 24 02 03 Fax: 91 542 73 05

... y todas las soluciones para transferir sus riesgos de la forma más rentable para su empresa

www.intermundial.es  
intermundial@intermundial.es

# HEMOS PARTICIPADO

## ENERO Fitur 2004

### FEBRERO

**\*Acto de Investidura de Doctor Honoris Causa del Excmo. Sr. D. José María Cuevas Salvador.**

Organizador: Universidad Alfonso X El Sabio

**\*Presentación del Programa sobre "Nuevas líneas de la Política Turística", dentro de la campaña electoral del Partido Popular**

Organizador: Partido Popular – Secretario General - Mariano Rajoy

**\*Rueda de Prensa presentación del "Informe Impacto Boda Real"**

Organizador: Fundación Destino Madrid

### MARZO

**\*"IV Jornadas sobre Comunicación y Turismo"**

Organizador: Universidad Europea de Madrid

**\*Presentación de la Compañía "Crown Blue Line"**

Organizador: Viajes Crucemar

### ABRIL

**\*10º Aniversario Universidad Alfonso X El Sabio. Concierto Conmemorativo**

Organizador: Universidad Alfonso X El Sabio

**\*Clausura 2ª Edición Curso Postgrado de Congresos y Convenciones**

Organizador: Universidad Europea de Madrid

**\*"Salón Turnexo Madrid"**

Organizador: Periódico Nexotour

**\*XIV entrega de Premios "Ejecutivos"**

Organizador: Revista Ejecutivos

**\*Rueda de Prensa Asamblea General OPC Madrid**

Organizador: OPC Madrid

### MAYO

**\*VII Jornadas Volvo de Conducción segura"**

Organizador: Volvo España

**\*II Edición de "Una discusión abierta" Gestión de Patrimonio cultural. Ávila**

Organizador: Fundación Cultural Santa Teresa"

**\*Mesa Redonda sobre "Interlocutores sociales y función policial"**

Organizador: Dirección Gral. de la Policía

**\*Protocolo de presentación de la marca "Madrid Excelente"**

Organizador: Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV)

### JUNIO

**\*Acto conmemorativo XXV Aniversario de AEDAVE. Jornada de Trabajo "Las claves del Turismo español en los últimos 25 años: Reflejos históricos-Lecciones para el futuro"**

Organizador: AEDAVE

**\*I Encuentro de Seguridad integral en los hoteles"**

Organizador: A.E.D.H.

**\*Acto oficial de Fin de Curso 2003/2004**

Organizador: Universidad Alfonso X El Sabio

**\*Consejo de Madrid para la Promoción del turismo**

Organizador: Dirección Gral. de Turismo de la Comunidad de Madrid

**\*Presentación visitas guiadas teatralizadas-Verano 2004**

Organizador: Patronato de Turismo de Madrid

**\*Presentación I.D.H. (Integración y Desarrollo hotelero)**

Organizador: I.D.H

**\*Acto de la firma del Convenio Marco de colaboración para el desarrollo conjunto de actuaciones de promoción empresarial**

Organizador: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid y la Cámara de Comercio de Madrid

**\*Acto de presentación del Programa "Muchoviaje" en la 2 de TV**

Organizador: Agencia Muchoviaje

### JULIO

**\*Presentación Informe "Hábitos y actitudes hacia el turismo de las personas con discapacidad física"**

Organizador: PREDIF / UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE COMILLAS

**\*Entrega Premios Fitur**

Organizador: Fitur, Feria Internacional de Turismo

**\*Homenaje a Covadonga González Quijano, anterior Directora de Turismo del Ayuntamiento de Madrid**

Organizador: SUS AMIGOS, los profesionales del sector turístico,

**\*Presentación Plan estratégico Verano 2004**

Organizador: Patronato de Turismo del Ayuntamiento de Madrid

**\*XL Congreso Nacional de Escuelas de Turismo. Valladolid**

Organizador: ANESTUR

NOTA: documentación a disposición asociados en secretaría.

# NUEVOS ASOCIADOS

(por fecha ingreso)

**FERNANDO APARICIO**, propietario Restaurante Navacerrada de Madrid

**JOSE IGNACIO ADORNA CABALLERO**, D.E.A.T. Ejecutivo Ventas Hoteles Catalonia

**HERIBERTO VERDES**, Director Gerente de MADRID VISIÓN

**CHRISTIAN JOCHUM**, Licenciado en Historia y Ciencias Políticas. Guía oficial de la C.A.M.

**LAURA MATEO RUIZ**, D.E.A.T.

**ENRIQUE NAVARRO CALLEJA**, T.E.A.T. Director Comercial de la Cadena I.D.H.

**FATIMA ROSARIO BERROCAL**, Guía Oficial de Turismo

**ARACELI GUZMÁN GUDIÉL**, T.E.A.T

**Mª KIRA DEL REY DIAZ**, D.E.A.T.

**RUTH MUÑOZ GARCIA**, D.E.A.T.

**JAVIER CARREÑO CIMA**, Director General del CENP

**INES MUÑIZ MARTÍN**, T.E.A.T. Guía oficial de la C.A.M.

**FATIMA IGLESIAS RODRÍGUEZ**, estudiante D.E.A.T.

**SANTIAGO VALLEJO SÁNCHEZ-MONGE**, T.E.A.T, Director General de V.I.E.

**TERESA CARAMÉ LAGARDE**, Directora de Turismo del Ayuntamiento de Madrid

**JOSE REDONDO ALONSO**, Director de Viajes Redondo

**MACARENA CAÑETE ROMERO**, T.E.A.T. Jefe de Recepción del Apartotel El Madroño

**SIMON VIÑALS PEREZ**, Ex Presidente del Patronato Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Madrid

**NUEVOS SOCIOS "AMIGOS DE A.E.P.T."**

**DIEGO RUIZ QUEJIDO**

**CESAR FRAILE ZABALLOS**

**JOSE LUIS GARCIA MONTERO**

**MARIA ESPERANZA GONZALEZ MUÑOZ**

**Fe de erratas:** en el numero anterior mencionábamos a nuestra nueva asociada, Directora del Hotel Sancho de Madrid, cuyo nombre correcto es Maria Carmen Rouco (por error se indico Maria Rosa)

# EL FUTURO ESTARÁ PRESENTE EN FITUR

## ¿Y SU EMPRESA?

### DATOS FITUR 2004

EMPRESAS EXPOSITORAS 11.248  
PROFESIONALES PARTICIPANTES 100.195  
SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN 79.517 m<sup>2</sup>

Profesionales de 170 países se reúnen cada año en Fitur, la Feria Internacional más eficiente para la promoción y comercialización de productos, destinos y servicios turísticos del mundo. Además de un extraordinario centro de negocios, Fitur es el lugar donde la industria turística internacional se da cita para generar ideas, fijar estrategias y establecer las bases de futuro del sector.

La espectacular evolución de Fitur, desde hace 25 años, la ha convertido en la gran cita anual de la industria turística. El lugar desde donde conocer y compartir el futuro.

No se lo pierda. Participe en Fitur 2005.



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

MIEMBRO DE :

**IBERIA**  
Transportista Oficial



**ufi**  
Approved  
Event



Canal Oficial  
Televisión Internacional

#### LINEA IFEMA

INFOIFEMA 902 22 15 15  
EXPOSITORES 902 22 16 16  
INTERNACIONAL (34) 91 722 30 00

FAX (34) 91 722 57 87

Parque Ferial Juan Carlos I  
28042 Madrid

[fitur@ifema.es](mailto:fitur@ifema.es)

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

25  
AÑIVERSARIO

