

► ESC Organization / Willie Carballo

La marca de una trayectoria

► El presidente de la firma adelantó a *Rèport* que antes de fin de año lanzarán en el mercado argentino un producto vinculado a los spa, que impactará de manera significativa a nivel nacional e internacional. Además, al cumplir 50 años dentro de la actividad, trazó un panorama general de los segmentos que representa.

¿Qué balance puede hacer del desarrollo de programas para perfeccionar el idioma?

- La historia empieza desde que nació, la familia Carballo estuvo ligada al turismo por 70 años o más. A los 13 años empecé a trabajar en una agencia, Continental, como cadete, y comencé hacerlo con mi padre. En el año 69 me fui becado a estudiar a Inglaterra y ahí surgió la idea -que para esa época era una innovación para la Argentina- de organizar viajes de estudiantes para perfeccionar el español, convivir en casas de familias por períodos cortos. Más que una práctica del idioma, yo lo veía como experiencia de internacionalidad y 40 años después sigo pensando lo mismo, es decir, este tipo de viajes permite un intercambio cultural y la apertura mental, entre otras cosas.

Si bien la Argentina ha

evolucionado en muchas cuestiones, en otras no, y somos un país de destino, no de paso, lo que implica una cantidad de factores positivos y negativos, porque la juventud tiene poco contacto con los extranjeros.

Empezamos con la Argentina y seguimos con Brasil, pero en principio nadie creyó en la iniciativa, salvo Alitalia. Tenemos más de 15.000 estudiantes enviados a estos programas, y en la actualidad se puede hablar de 400 como promedio anual.

¿Se ha percibido un crecimiento en el último tiempo?

- En los últimos siete años hubo un parate con respecto a Inglaterra, pero desde 2008 se observa un flujo creciente, y la última temporada fue sorprendente. Suiza se mantuvo, Francia creció y Sudáfrica se reactivó.

La tendencia para enero



y febrero es muy buena, hay reservas anticipadas mucho antes de lo esperado, y el número es alentador.

¿Cuáles considera que son los motivos de esta reacción del mercado?

- Con respecto a Inglaterra son dos los factores más importantes: que en 2008 se relanzó con una campaña que se llamó Destino U.K.; y por otro lado, el valor de la libra, que indudablemente está más accesible que antes y por consiguiente es más competitiva.

Asimismo, lo que ayudó muchísimo para refrescar el mercado en general fue una campaña que hicimos con una red de agencias de viajes y una de colegios en todo el país, que ha generado un aumento en las cifras.

Lanzamos algunos productos nuevos dirigidos a universitarios, que tuvieron un eco importante y también programas para adultos, empresarios, profesionales, ejecutivos a los que no solamente les ofrecíamos el perfeccionamiento del idioma, sino además la conexión con profesionales de su rubro.

¿Qué proyectos tienen para lo que resta del año y ya pensando en 2010?

- La idea es seguir con la renovación, impulsar fuertemente los tres productos de cursos que tenemos e insistir con la vuelta a Sudáfrica, que ya tiene una tendencia interesante. Durante los últimos tres años, he

difundido bastante este destino por sus safaris y atractivos, pero existen muchos operadores y difusión de este lugar y no vamos a necesitar hacer nada especial, sino estar presentes en nuestra red de colegios y en la de agencias.

¿Qué análisis puede hacer sobre Spas and Resorts of the World?

- Empecé con spa en el 79 y la evolución del tema en el mundo es apabullante, yo soy el primer sorprendido, porque a pesar de estar ligado nadie se podría haber esperado este crecimiento. En el mundo no hay un hotel 5 estrellas que no considere un spa y hay tendencias al spa médico. Es muy bueno, por un lado, que existan los spa, pero por otro es muy malo porque es el resultado de la intensidad de la vida moderna, está marcando el nivel de estrés.

Sigue en pág. 48

WORKSHOP 2009 Patagonia CHILE

Invitan SERNA TUR, Dirección Regional de Turismo,
Región de Magallanes y Antártica Chilena,
Gobierno Regional y Empresarios Turísticos.

2 de noviembre
10:00 hs. a 17:00 hs.

Hotel Panamericano - Carlos Pellegrini 551
Ciudad de Buenos Aires

Con motivo de presentar la oferta turística
para la temporada 2010

ACCESO CON INSCRIPCIÓN PREVIA
RSVP: wspatagonia2009@gmail.com



La marca de una trayectoria Viene de pág. 46

¿Esperan incorporar nuevas ofertas a este segmento?

- Hemos comenzado a colaborar en la Argentina y la región con hoteles que tienen spa, para ayudar a la difusión del producto que ofrece nuestro país, y este trabajo se va a continuar con mucha fuerza.

Sin embargo, antes de fin de año vamos a lanzar un proyecto que va a innovar el tema spa y que se iniciará en el país. Lo estamos organizando con un especialista suizo y va a permitir brindar una herra-

mienta a los spa para que no solamente sean lugares de placer y relax, sino también de aprendizaje del mejoramiento de la calidad de vida. Creo que va a ser una de las piezas fuertes de fin de año y de todo 2010 en el país, porque los spa van a poder ofrecerles a sus clientes un instrumento para toda su vida.

Se van a elegir diez spa y después trataremos de ampliar el espectro, porque al ser de tan alto impacto va a promover que tenga una acogida rápida; implica un problema que el 99 por cien-

to de las personas tenemos, y con este producto nosotros y los spa en la Argentina lo vamos a resolver.

Al mismo tiempo, cumple 30 años de trabajo con La Prairie.

- El 18 y 19 de noviembre va a haber un evento. El tema spa nace con La Prairie, le debo muchísimo y ha sido quizá el pase a este camino feliz. En realidad creí que los suizos me iban a hacer este año una fiesta allá, pero me dijeron que pensaban realizar tres eventos en Buenos Aires, Brasil y México.

Entonces, este año es muy particular, porque no solo cumpla 50 años en turismo, sino también 40 con los cursos y 30 con los spa. Y en todo esto quiero destacar a dos de las personas que más me apoyaron, como el director de Marketing de Alitalia, Antonio Ambrosio, y mi padre, que me llevó a la profesión, me hizo crecer y me enseñó cosas importantes, como la cultura del trabajo, la perseverancia, la seriedad y el servicio al cliente.

www.esc-organization.com.ar
www.spas.com.ar

► Cancún

Buenas expectativas para el invierno



Jesús Almaguer Salazar y Rodrigo de la Peña.

Los operadores mayoristas y empresas turísticas del Caribe mexicano que participaron en la XXII edición del Cancún Travel Mart México Summit 2009 se mostraron optimistas por los buenos resultados obtenidos en la feria al lograr mantener las tarifas y garantizar un 80 por ciento de ocupación hotelera en la próxima temporada invernal.

En conferencia de prensa, el director general de la Oficina de Visitantes y Convenciones (OVC), Jesús Almaguer Salazar, y el presidente de la Asociación de Hoteles de Cancún (AHC), Rodrigo de la Peña,

destacaron que este evento de comercialización turística, que concluyó con la participación de 650 delegados de 20 países, permitió fortalecer la relación comercial con los agentes mayoristas con el objetivo de acrecentar la promoción y la afluencia de visitantes a Cancún.

"Si la economía se recupera, esperamos tener un buen invierno, similar al del año pasado y un mejor 2010", destacó Almaguer Salazar, quien subrayó el importante repunte turístico que se registra en los mercados de Estados Unidos, Canadá y México.

www.visitmexico.com

Fitur convoca a su 30ª edición

La Feria Internacional de Turismo (Fitur) celebra, entre el 20 y el 24 de enero de 2010, su trigésimo aniversario. Para esta convocatoria, el encuentro, organizado por Ifema, ha elegido el lema "Fitur, 30 años comprometidos con el turismo". Con este eslogan se ilustra la trayectoria de un salón que se ha consolidado como el foro fundamental para la industria española, además de un referente indiscutible para el ámbito internacional.

Como ya es tradicional, el certamen acogerá las propuestas más atractivas de las empresas turísticas, las últimas tendencias del mercado, así como los programas que presentan los 170 países y regiones que participan en el encuentro. También se ha realizado una reordenación de la feria. De esta manera el pabellón 1 se dedicará íntegramente al registro de visitantes, mientras que el resto de los impares (3, 5, 7 y 9) reunirá la oferta de los organismos oficiales españoles. Por su parte, los pares estarán ocupados por las entidades internacionales: Asia/Pacífico se situará en el 2; el 4 se consagrará a América y África; salvo Norte de África, que junto a Oriente Próximo, se ubicará en una parte del pabellón 6. La zona restante del 6 se suma al pabellón 8 para acoger el área Europa. Mientras que otra fracción de la superficie del 8 y el 10 albergará las propuestas de las empresas.

www.ifema.es

EGIPTO

LA MAYOR OFERTA DE OPERADORES LOCALES Y EUROPEOS PARA ESTE FASCINANTE DESTINO

EGIPTO CLASICO	USD 915	EGIPTO CON TODO Y ESTANCIA EN ABU SIMBEL	USD 1295
<p>El Cairo-Aswan-Kom Ombo-Edfú-Esna-Luxor-El Cairo</p> <p>8 DIAS. 4 noches en El Cairo con desayuno, Crucero por el Nilo de 3 días, con pensión completa (sin bebidas), pasajes aéreos internos, visita Pirámides, excursiones y traslados. Tour en Cat. Primera Standard. Salidas Miercoles del 04 de Noviembre al 16 de Diciembre</p> <p>Excursión Opcional a Abu Simbel Usd 295.-</p>		<p>El Cairo-Abu Simbel-Aswan-Kom Ombo-Edfú-Esna-Luxor-El Cairo</p> <p>9 DIAS. 4 noches en Cairo con desayuno, 1 en Abu Simbel con desayuno, Crucero por el Nilo de 3 días con pensión completa (sin bebidas), pasajes aéreos internos, visita Museo Egipcio y Pirámides con almuerzo, visita a Abu-Simbel y asistencia al espectáculo de luz y sonido en dichos templos, excursiones y traslados. Tour en cat. Primera Standard. Salidas Martes del 03 de Noviembre al 15 de Diciembre.</p>	
EGIPTO AL COMPLETO + LAGO NASSER	USD 1790	LA JOYA DEL NILO	USD 1465
<p>El Cairo-Luxor-Esna-Edfú-Kom Ombo-Aswan-Abu Simbel-Kasr Ibrim-Amada-Wadi El Souba-Aswan-El Cairo</p> <p>12 DIAS. Incluye: 4 noches en El Cairo con desayuno, Crucero por el Nilo de 4 días, con pensión completa (sin bebidas), Crucero por el Lago Nasser de 3 días, con pensión completa (sin bebidas), pasajes aéreos internos, excursión a Abu Simbel en avión, visita Museo Egipcio y Pirámides, excursiones y traslados. Tour en cat. Primera Standard. Salidas Sábados del 31 de Octubre al 12 de Diciembre.</p>		<p>El Cairo-Luxor-Esna-Edfú-Kom Ombo-Aswan-Abu Simbel-Aswan-El Cairo</p> <p>11 DIAS. 4 noches en El Cairo con desayuno, 1 noche en Luxor con desayuno, 1 noche en Aswan con desayuno, Crucero por el Nilo de 4 días con pensión completa (sin bebidas), pasajes aéreos internos, excursión a Abu Simbel en Avión, visita Museo Egipcio y Pirámides, excursiones y traslados. Tour en cat. Primera Std. Salidas Viernes del 30 de Octubre al 11 de Diciembre</p>	
<p>EXTENSIÓN A ALEJANDRIA (Desde El Cairo) - 2 Días</p> <p>Incluye: 1 noche con Media Pensión en Alejandria, visitas a las Catacumbas De Kom El Shogafa, Columna de Boempeyo, El Auditorio Romano, El Castillo De Qai Bay, Jardines De Montazah, Biblioteca De Alejandria, traslados.</p>	USD 270	<p>EXTENSIÓN A SHARM EL SHEIK (Desde El Cairo) - 4 Días</p> <p>Incluye: 3 noches con Media Pensión en Sharm El Sheik, pasajes aéreos internos, traslados.</p>	USD 640
<p>EXTENSIÓN A HURGHADA (Desde Luxor) - 4 Días</p> <p>Incluye: 3 noches con All Inclusive en Hurghada, pasaje aéreo interno, traslados.</p>	USD 645		

Precios por persona en base doble en dólares. Los precios incluyen propinas, IVA y GASTOS ADMINISTRATIVOS. Los precios NO incluyen: Pasajes aéreos, gastos de reserva, visa de Egipto y tasas de puerto. Ofertas validas hasta el 02 de Noviembre o hasta agotar disponibilidad de 10 plazas. Operador responsable: Julia Tours S.A. Leg. 1784 Nro Registro 1281. Sulpacha 570, 1er Piso. CUIT 30-57685676-4

Llamanos... Sabemos de EGIPTO

BUENOS AIRES 4021-5800 europa@juliatours.com.ar **CORDOBA 0351-5680970** cordoba@juliatours.com.ar

REPRESENTANTES EN EL INTERIOR: Bahía Blanca: TEL. 0291-454-0600 - Cipolletti: TEL. 0299-477-4165 - Mar del Plata: TEL. 0223-494-5622
Mendoza: TEL. 0261-425-9078 - Resistencia: TEL. 03722-429-376 - Rosario: TEL. 0341-425-578 - Tucumán: TEL. 0381-431-1238