

Canarias recupera visitantes extranjeros

Tras el descenso de años anteriores, en 2005 se apuntó un incremento de turistas ingleses, alemanes y españoles, que el Gobierno quiere consolidar ahora con campañas de promoción

Con casi 9,5 millones de turistas registrados en 2004, el archipiélago canario se sitúa como uno de los principales destinos turísticos de España y Europa. El magnetismo de El Hierro, La Palma, La Gomera, Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote seducen al turista con una temperatura media anual de 22 grados, 257 kilómetros de playas, más de 400.000 plazas hoteleras y extrahoteleras, 8 aeropuertos, 41 puertos deportivos, 4 parques nacionales, 17 campos de golf, 8 palacios de congresos y 6 casinos.

La variada oferta es capaz de satisfacer a un turista especialmente fiel, ya que más del 60% de los viajeros que recibe anualmente el archipiélago repite destino. Un turista que entre enero y noviembre de 2005 generó un gasto medio al día de casi 90 euros, lo que supone un gasto total acumulado de 43.500 millones de euros.

Estos datos sitúan a la actividad turística como la principal fuente de riqueza de Canarias, representando cerca del 80% de su PIB, algo que no pasan por alto los planes del Ejecutivo canario para contribuir al desarrollo de un turismo sostenible. La Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias firmó en diciembre los Convenios que permitirán dar cumplimiento a los objetivos fijados en los Planes de Dinamización de Producto Turístico previstos por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para 14 comunidades.

Entre los objetivos se encuentran la puesta en valor y uso turístico de recursos, la creación de nuevos productos, la recuperación del medio ambiente, la formación y apoyo a empresas y agentes turísticos, sistemas de información turística o el fortalecimiento e integración de la oferta y de la estructura empresarial.



Según la Encuesta de Expectativas Hoteleras para el primer trimestre de 2006, un 21,85% de los hoteleros prevé un aumento de los viajeros alemanes, un 20,67% augura un incremento de ingleses y un 20,08% adelanta un incremento del turismo nacional. El 36,47% sitúa el máximo crecimiento en el número de turistas escandinavos.

Escandinavos e ingleses

Reino Unido es el principal país emisor de visitantes del archipiélago canario. De enero a octubre de 2005 se registraron más de tres millones de viajeros ingleses, seguidos por los alemanes (más de dos millones). Sólo en Tenerife, la isla más visitada, se contabilizaron casi 4,7 millones de turistas hasta noviembre, cifra que su-

pone un incremento respecto a años anteriores debido principalmente a la recuperación de mercados emisores como el nacional y el inglés.

Una tendencia que desde el Gobierno canario se tiene muy en cuenta a la hora de programar las acciones promocionales para potenciar la marca Canarias, entendida como un producto integral conformado por la oferta turística de todas las Islas. En concreto, en Reino Unido, la Consejería del Gobierno de Canarias y Turespaña han emprendido una acción promocional conjunta con una inversión de más de 2 millones de euros, bajo el eslogan 'Sonríe, estás en Canarias'. El Gobierno canario persigue fortalecer la posición preferencial del archipiélago en la elección de las vacaciones de los turistas británicos.

En cuanto a la promoción en el mercado nacional, el Gobierno insular ha dedicado una inversión de 1,6 millones de euros con una campaña masiva en medios nacionales que ha culminado unos días antes del comienzo de Fitur 2006. El eslogan, "Siete islas, siete mundos", invita a disfrutar, practicar, saborear o explorar la amplia oferta de Canarias.

También hasta febrero de 2006 se ha promocionado en las estaciones de esquí de Austria y Suiza, dos países emisores de creciente importancia. Durante los primeros diez meses de 2005 Canarias ha recibido un total de 101.120 turistas austriacos y 59.577 suizos. ■

PROMOCIÓN CONJUNTA

Las Islas Canarias, un destino que crea fidelidad, difunden las siete islas como un solo destino de variados atractivos.

GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** El nombre de islas afortunadas, entre otras razones, lo han recibido por su clima de eterna primavera, con una oscilación térmica de 6 grados entre estaciones, lo que facilita la posibilidad de tomar el sol y bañarse todo el año. La temperatura media oscila normalmente entre los 18 y 24 grados centígrados.
- ❖ **Cómo ir:** Existen vuelos diarios desde la Península. Iberia, Spanair, Air Europa y Binter Canarias, entre otras compañías, operan en las islas.
- ❖ **Cuánto tiempo:** Entre 10 y 12 días para poder ver los principales encantos de las islas mayores y los islotes.
- ❖ **No olvidarse de...** que Canarias sigue el horario del Meridiano de Greenwich (GMT) durante todo el año, excepto entre abril y octubre, cuando es GMT+1. Por ello, hay que atrasar el reloj una hora cuando se está en las islas.

Francia, primer destino internacional

El sector turístico, que da empleo a un millón de personas, se encuentra bastante desestacionalizado debido a la variedad de paisajes naturales y a la importancia de su patrimonio artístico



GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** Francia goza de un clima templado, agradable. El país está dividido en cuatro zonas climáticas: desde el oceánico y húmedo al oeste de la línea Bayona-Lille, hasta el continental, con inviernos fríos y veranos calurosos, en el norte y la región de París.
- ❖ **Idioma:** El francés es la única lengua oficial, aunque los profesionales que trabajan en negocios relacionados con el turismo suelen hablar también el inglés.
- ❖ **Cómo ir:** El avión es lo más cómodo. Hay vuelos directos desde Madrid-Barajas con Air France, Air Plus Comet, Iberia y Air Europa. Desde El Prat de Barcelona, además de los ya citados, operan Vueling e EasyJet.
- ❖ **Recomendamos:** aprender unas palabras de francés, especialmente para pedir alguno de los deliciosos manjares de su gastronomía.

Este país, que guarda entre sus fronteras uno de los patrimonios culturales e históricos más ricos de Europa, fue el destino más visitado en 2004, según la Organización Mundial de Turismo (OMT) con 75,1 millones de turistas.

El sector turístico en Francia es una gran mina de oro muy bien explotada, que representa el 6,5 % del PIB. Con unos ingresos por turismo de 34.240 millones de euros, Francia se sitúa en el tercer puesto mundial, por detrás de España y Estados Unidos. Según los datos del Banco de Francia, el consumo turístico en Francia se traduce en 105.900 millones de euros, de los cuales el 56,1% corresponde a turistas franceses, el 34,4% a extranjeros y el 9,5% a franceses que viajan al extranjero.

Los beneficios se reparten entre sus casi 200.000 efectivos dedicados al turismo. En concreto, se contabilizaron en 2004 más de 27.500 hoteles, 11.500 centros extra hoteleros, más de 100.000 restaurantes y 4.100 agencias de viajes. Efectivos que emplean a cerca de un millón de trabajadores.

La clave de la enorme atracción que ejerce Francia está en el gran abanico de destinos turísticos repartidos en todo el país. La riqueza cultural de este país es una de las piezas fundamentales que desde el Ejecutivo se utilizan para promocionar la actividad turística. Este año sin ir más lejos, se celebra el centenario de la muerte del pintor Cézanne, un acontecimiento en el que se centrarán una exposición internacional y rutas turísticas en la Provenza, región donde vivió el artista.

Sus grandes urbes como París, Burdeos, Toulouse, Marsella y Avignon y su gran oferta museística es otro de los principales atractivos. El arte y la cultura tiende una red por todo el país que trata de recoger la marca de las Rutas Históricas, presentes desde la década de los 70 y que hoy suman más de 20 itinerarios temáticos.

Además, el espacio rural cubre el 80% de su territorio. Cuenta con 40 Parques Naturales regionales y 8.500 kilómetros de vías fluviales navegables formadas por canales y ríos que recorren regiones como Alsacia, Borgoña, País del Loira y Provenza.

ATRACTIVOS VARIADOS

El liderazgo francés se sustenta en su patrimonio artístico y en la variedad de paisajes naturales.

Francia como destino se vuelca especialmente en el turismo nacional, que representa más del 60% del total. En concreto, de los 1.500 millones de pernотaciones registradas en 2004, el 66% corresponden a viajeros franceses. Ingleses, alemanes, holandeses, belgas y luxemburgueses representan el 66% de las llegadas de turistas a Francia.

Escaso peso español

Los turistas españoles suponen en torno al 4% de las llegadas, las pernотaciones y los ingresos por turismo. París, Aquitania, Languedoc-Roussillon y Midi-Pirineos, son los principales destinos visitados por los españoles en el país galo, principalmente motivados por el turismo urbano y las visitas culturales a museos o monumentos.

Aunque los extranjeros prefieren en su mayoría las temporadas de primavera y verano, en invierno el turismo en Francia adquiere el color de la nieve en sus 8.000 kilómetros de pistas lo que le convierten en el país con mayor dominio esquiable del mundo.

China, el dragón asiático del turismo

La reciente apertura de caminos de ida y vuelta para los turistas prevé que este país se convierta en diez años en la cuarta potencia turística y de viajes del mundo

Aunque parezca imposible, China no tuvo verdaderos turistas hasta finales de la década de los 70 y palabras como hotel y restaurante eran totalmente desconocidas para sus habitantes. En 1978 se contabilizaron tan sólo 760.000 turistas, unos comienzos modestos para una industria que actualmente se desarrolla a una velocidad imparable y que, según el Consejo Mundial de Turismo y Viajes, en los próximos diez años registrará un crecimiento anual de más del 10% y convertirá al país en la cuarta economía de desarrollo del turismo y viajes del mundo.

El punto de inflexión lo marcó la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio en 2001, lo que aceleró la internacionalización reduciendo las restricciones a la inversión extranjera y, por lo tanto, favoreció la inversión en hoteles, balnearios, centros turísticos y agencias de viajes.

El despegue ha sido tal que los últimos datos de 2004 registran 109 millones de turistas, con un incremen-

to del 19% respecto al año anterior, y unos ingresos en divisas de 21,7 millones de euros, (47,9% más que en 2003). Además, el turismo interior sufrió también un incremento del 26,6% alcanzando la cifra de 1.100 millones de viajeros.

El potencial es tan grande que hasta el momento sólo es un esbozo de lo que puede llegar a significar. Las previsiones apuntan que para el año 2010, China espera atraer a 210 millones de turistas extranjeros anuales, más del doble de lo que actualmente recibe. Según la Organización Mundial de Turismo, China se convertirá en el primer destino turístico del mundo en cuanto a número de turistas y en el cuarto emisor, lo que generaría una facturación de 250.000 millones de euros y supondría entre un 8 y un 11% del PIB nacional.

Los eslóganes elegidos en 2005 por la Administración Estatal del Turismo de China (AET) para promocionar el país fueron: "Año del Turismo Chino" y "Beijing 2008 -Bienvenido a China". Precisamente, se prevé que los juegos

ATRAER INVERSIÓN

A partir de la entrada de China en la OMT en 2001 el capital extranjero entró en hoteles, agencias y centros turísticos.



olímpicos de 2008 supongan un imán para la inversión extranjera en el sector turístico y permitan la creación de agencias de viaje de capital exclusivamente extranjero.

Para intensificar los intercambios, la AET llevó a cabo diversas actividades como la Feria Internacional de Turismo China 2005 y el Simposio sobre el Turismo China-Australia 2005. Además, en enero de 2005 firmó con el Reino Unido un acuerdo para facilitar la entrada de grupos de turistas chinos, un documento que marca la conversión de toda la Unión Europea como destino de los turistas chinos.

Para 2006 está prevista una apertura en el sector de la aviación para atraer la inversión extranjera y privada. La Administración General de Aviación Civil de China (CAAC) tienen el objetivo de promover la ampliación de los vuelos de aerolíneas chinas a destinos de América Latina, el este de EE UU, países caribeños, Oriente Medio y África. Un paso más para abrir nuevos caminos de ida y vuelta. ■



GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** Extremadamente variado, tropical al sur y subártico en el norte. Las estaciones están muy diferenciadas. La parte norte del país es mucho más fría y seca, mientras que al sur el ambiente es húmedo.
- ❖ **Idioma:** El idioma oficial es el chino (en sus versiones mandarín o cantonés). En hoteles, restaurantes, aeropuertos y otros establecimientos relacionados con el turismo se habla también el inglés.
- ❖ **Moneda:** La moneda oficial es el yuan. Un euro equivale a unos 9,50 yuan.
- ❖ **Cómo ir:** Las compañías Air Plus Comet y Air Europa disponen de vuelos directos a Pakín desde Madrid-Barajas. Air Plus Comet también ofrece vuelo regular directo a Shanghai desde El Prat de Barcelona.
- ❖ **No olvidarse de...** tener cuidado con el agua que no esté embotellada y con la comida de los puestos callejeros.



Finlandia, el país de los mil lagos

El turismo de invierno, sobre todo en el segmento de incentivos, gana adeptos en este país que busca diferenciarse del resto de los destinos nórdicos gracias a la cultura lapona

El país de la aurora boreal y de Santa Claus es un territorio cubierto casi en un 70% por bosques y que cuenta con cerca de 187.000 lagos y 179.000 islas. Atraídos por esta exuberancia, unos 4,9 millones de extranjeros visitaron las tierras finlandesas en 2004, según datos de la Oficina de Turismo de Finlandia. Esta cifra muestra una previsible tendencia a crecer gracias al aumento de popularidad de este destino en temporadas no veraniegas como el otoño y la Navidad. Aunque en 2005 descendieron las llegadas de extranjeros debido a que durante el mes de agosto, cuando más turistas se registran, gran parte de los hoteles estaban ocupados por la celebración del Campeonato Mundial de Atletismo en Helsinki.

La Región de Helsinki, el archipiélago de Turku, la Región de los Lagos y Laponia son los destinos concreto más promocionados por el Gobierno finlandés en el mercado español. Un mercado que previsiblemente crecerá gracias a la mejora de las



HOTELES DE HIELO

Mientras las cabañas en los lagos son la oferta preferida en verano, en invierno pasear en trineo o alojarse en un iglú atraen al turismo.

conexiones. Finnair, compañía aérea finlandesa de OneWorld, ofrece vuelos a Helsinki desde diferentes puntos de España. A partir de la primavera de 2006 otra aerolínea finlandesa, Bluel, filial de SAS, comenzará a operar también con vuelos directos entre España y Helsinki.

El Ejecutivo finlandés invierte anualmente en turismo unos 16 millones de euros con el objetivo de promover una imagen completa y diferenciada del resto de los países nórdicos que atraiga al turismo internacional.

Finlandia, ante todo, no ofrece un turismo de masas, más bien todo lo contrario. Un ejemplo de ello es Laponia, una reserva natural que tiene más renos que habitantes, los llamados *sami*, cuyo idioma y cultura guardan celosamente. Es en esta región donde se encuentra también el par-

que temático de Santa Claus. Desde Laponia se puede realizar también un crucero en el único rompehielos turístico del mundo, que opera en el Mar del Norte desde principios del invierno hasta la primavera.

Viajes de incentivos

El principal país emisor es Suecia, que representa el 13,9% del total de pernoctaciones registradas, seguido de Alemania (12,4%), Rusia (11%) y Reino Unido (9,5%). Los turistas españoles ocupan el puesto 14, con el 3% de las pernoctaciones. En concreto, desde España llegaron en 2004 unos 280.000 viajeros, especialmente durante los meses de julio y agosto.

Aunque el verano sigue siendo la temporada más importante para el viajero español, el invierno es cada vez más elegido gracias a los vuelos directos especiales y a las diferentes posibilidades que ofrece Finlandia respecto a otras temporadas, especialmente los deportes y actividades de invierno, como esquí, patinaje sobre hielo o carreras en trineo de perros o renos.

Uno de los segmentos que más está creciendo en el turismo finlandés, y que a su vez potencian el turismo en invierno, son los viajes de incentivos. Según la Dirección de Turismo de Finlandia, el país se sitúa en el séptimo lugar en este segmento en Europa. ■

GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** Durante el breve verano ártico, hay hasta 16 horas de luz solar al día. Las lluvias se distribuyen a lo largo del año.
- ❖ **Ropa adecuada:** En los meses suaves, prendas ligeras y de abrigo para las noches. En invierno hay que llevar ropa preparada para soportar temperaturas muy bajas. Durante todo el año es necesario alguna prenda para la lluvia.
- ❖ **Idioma:** Los dos idiomas oficiales son el finés (hablado por el 93,6% de la población) y sueco (el 6%). Aproximadamente 1.700 personas también hablan sami (lapón).
- ❖ **Cómo ir:** Iberia y Finnair tienen vuelos directos desde Madrid y Barcelona, tanto a Helsinki o con escala en Estocolmo.
- ❖ **Cuándo ir:** De abril a octubre es la mejor época. El invierno es extremadamente frío.
- ❖ **No olvidarse de...** probar las delicias locales: carne de reno y salmón.



Puerto Rico, una isla pensada para el turismo

Aumentar el número de cruceros que recalán en sus puertos y el gasto por turista son los objetivos de esta isla del Caribe descubierta ahora por los europeos



En Puerto Rico todo está pensado para el turismo. Sus condiciones naturales y los numerosos recursos turísticos hacen de esta isla un verdadero resort vacacional. Sin ir más lejos, posee el Centro Comercial más grande de todo el Caribe, con casi 200 tiendas.

En su superficie de 180 kilómetros de largo y 60 de ancho, Puerto Rico cuenta con tres aeropuertos principales, cerca de 12.000 plazas hoteleras, 18 campos de golf, 100 canchas de tenis, y decenas de actividades de deportes acuáticos como submarinismo, navegación, pesca, surf y windsurf, así como casinos y clubes nocturnos localizados en los hoteles, teatro, baile, ópera y conciertos al aire libre. La naturaleza se alía con este escenario de 438 km. de costa, cientos de playas, escarpadas montañas, 30 reservas naturales y tres bahías bioluminiscentes.

Esta pequeña isla caribeña, territorio de EE UU, recibió en 2004 cerca de 4,9 millones de visitantes, un 11,1% más que en 2003. El gasto de los turistas también se incrementó un 13%, alcanzando la cifra de 3.000 millones de dólares, la más alta registrada en Puerto Rico en los últimos 12 años. En este aumento juega un importante papel el turista europeo, que a finales de 2004 sumaba un 108% más respecto al mismo periodo de 2003. En concreto,

VISITANTES EUROPEOS

En sólo un año el número de europeos que han visitado la isla ha aumentado más de un 100%.

37.000 europeos visitaron la isla en 2004 y en el mes de diciembre de 2004 se alojaron 1.400 españoles.

Del total de visitantes, 1,3 millones de personas llegaron en barcos cruceros y generaron un impacto económico de 300 millones de dólares. La importancia de este dato ha centrado los esfuerzos de la Compañía de Turismo de Puerto Rico en aumentar esta cifra. El objetivo es alcanzar los 1,7 millones de visitantes y los 500 millones de dólares de gasto en un periodo de cinco años. Para ello, ha puesto en marcha un programa de incentivos a los cruceros que favorezca una estabilización de la estructura de precios y genere una mayor llegada de barcos.

GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** Dicen que las temperaturas son casi perfectas, con medias que se mueven entre los 22 grados en invierno y 29 en verano. Los vientos alisios refrescan en ocasiones los pueblos costeros.
- ❖ **Moneda y visado:** En Puerto Rico se utiliza el dólar norteamericano y los españoles con pasaporte electrónico no necesitan visado si su estancia es inferior a 90 días.
- ❖ **Cómo ir:** Sólo Iberia tiene vuelos directos regulares hasta el aeropuerto internacional Luis Muñoz Marín (San Juan de Puerto Rico), desde Madrid-Barajas y El Prat de Barcelona.
- ❖ **No olvidarse de...** probar la mejor comida criolla en alguno de los restaurantes oficiales.

Como medidas concretas ha adquirido el compromiso de aumentar la promoción y cantidad de excursiones alrededor de la isla para los barcos cruceros. Por el momento la actividad de los cruceros se centra en San Juan, la capital, donde en 2003-2004 llegaron 661 barcos. Mientras, al puerto de Culebra sólo llegaron dos barcos cruceros y al de Ponce, ninguno, por lo que se pretende incluir más puertos de la isla en los itinerarios de los cruceros.

Promover la actividad turística y el desarrollo económico en las diferentes regiones de la isla es una de las prioridades del Plan Estratégico de la Compañía de Turismo. Una de las regiones en las que más se está centrando este esfuerzo de promoción actualmente es Porta del Sol, donde se han organizado diversos eventos como una Cabalgata Nacional, un torneo internacional de surfing y la Feria del Paladar Artesanal.

Puerto Rico es la capital gastronómica del Caribe gracias al gran número de restaurantes de cocina internacional y local dispersos por toda la isla. En la línea de favorecer el desarrollo de estos locales, la Compañía de Turismo y el Banco de Desarrollo Económico firmaron en 2005 un acuerdo para aumentar el Fondo de Garantías de Turismo y financiar a pequeños empresarios. ■

México, potencia turística consolidada

El Gobierno mexicano invertirá 4.200 millones de euros en 15 años para desarrollar cuatro zonas turísticas con el objetivo de atraer más turistas internacionales



Desde hace décadas este país centroamericano, de múltiples posibilidades turísticas repartidas entre sus 32 estados, es uno de los principales receptores de visitantes extranjeros del mundo llegando a posicionarse actualmente como el octavo destino que más turistas internacionales recibe (en 2004 fueron un total de 20,6 millones, lo que representa el 14% del turismo mundial), según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

La actividad económica que genera el turismo representa el 8% del PIB mexicano. Los ingresos del sector en 2004 fueron superiores a los 9.100 millones de euros, un 14,6% más que en 2003. La balanza turística de 2004 se tradujo en casi 600 millones de euros, un récord histórico en la historia de México. Esta tendencia continuó en 2005.

El turismo se ha convertido en México en un generador constante de crecimiento económico y social, generador de divisas, inversiones y empleo. Según las previsiones del Consejo Mundial para los Viajes y el Turismo, en 2013 México será el tercer país mundial en función de los empleos generados por el turismo (alcanzando la cifra de 3,9 millones de empleos) y el segundo país de mayor crecimiento en la demanda de viajes y turismo (con un porcentaje de crecimiento del 9,5%). Si se tiene en cuenta que el turismo es el tercer generador de divisas para el país, es fácil entender la gran implicación política en el desarrollo de las infraestructuras y superestructuras turísticas.

En sus dos millones de kilómetros cuadrados de extensión, México posee un total de 57 aeropuertos internacionales y 28 nacionales, a los cuales llegaron en 2004 unos 32 millones de pasajeros. La importancia de sus



ATRACCIÓN MUNDIAL
México es el octavo destino del mundo que más turistas extranjeros recibe.

puertos es también fundamental, ya que es el primer lugar del mundo en la recepción de cruceros. En 2004 se registraron casi 6 millones de viajeros que llegaron a México por este medio de transporte, siendo Cozumel el principal destino, con el 33% del total mundial. En cuanto a capacidad hotelera, según la Secretaría de Turismo de México, están contabilizadas más de 400.000 plazas hoteleras y la tasa media de crecimiento anual estimada entre 2001 y 2006 es de casi el 4%.

Como demuestran las cifras, la potenciación de nuevos proyectos e inversiones públicas y privadas es constante. Se trata de una industria que ya se está preparando para la previsión de los 50 millones de visitantes que llegarán al país en 2025 según los cálculos de la OMT. En 2004 la inversión privada nacional y extranjera en el sector turístico fue de cerca de 2.000 millones de euros, un 38,5% superior a la inversión de 2003.

Un ejemplo claro de las acciones en materia de Turismo por parte del Estado son los proyectos que impulsa y programa el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), propietaria de la gran extensión territorial que abarcan sus cinco Centros Integralmente Planeados: Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Huatulco y Loreto. Para cada uno de ellos se han diseñado unas estrategias de crecimiento y consolidación que supondrán una inversión total en los próximos 15 años de cerca de 4.200 millones de euros y se traducirán en la construcción de 3 nuevas marinas, 7 campos de golf, cerca de 10.000 plazas hoteleras, 8.500 villas residenciales y 5 áreas comerciales, entre otros. Estas estrategias siguen la estela del éxito de otras anteriores, como Mar de Crotés, Nayarit y Costa Maya.

GUÍA PRÁCTICA

- ❖ **Clima:** Varía de tropical a desértico en función del área geográfica. Tiende a caliente y húmedo a lo largo de las costas del Pacífico y Atlántico; cálido pero seco en el resto del territorio.
- ❖ **Visado:** Los españoles sólo necesitan un pasaporte con un vigor mínimo de seis meses. No es necesario visado si la estancia es inferior a 90 días.
- ❖ **Cómo ir:** Iberia y Aeroméxico vuelan entre Madrid y México D.F. de forma regular. Desde Barcelona sólo lo hace Iberia.
- ❖ **No olvidarse de...** Llevar una buena medicación contra las comidas picantes.