

Observatorio Aéreo

Edición Abril 2025



ceav

Confederación Española
de Agencias de Viajes



Información aportada por



**RECLAMA
TRAVEL**



ceav

Confederación Española
de Agencias de Viajes

www.ceav.es

Carlos Garrido de la Cierva

Presidente de CEA-
Confederación Española de Agencias de Viajes

CEAV detecta un uso abusivo de los ADM por parte de algunas aerolíneas

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), a través de su presidente Carlos Garrido, ha mostrado su preocupación ante el uso desproporcionado del sistema de ADM por parte de algunas aerolíneas, lo que está generando un perjuicio operativo y económico para las agencias. A continuación, reproducimos sus declaraciones.

Es desproporcionado el aumento indiscriminado que estamos observando en CEAV de los cargos que las compañías aéreas, de forma unilateral y muchas veces injustificado, están aplicando algunas compañías aéreas a su principal canal de distribución que somos las agencias de viajes.

En primer lugar, es importante recordar que todas las agencias de viajes que están acreditadas como agentes IATA firman un contrato con dicha asociación internacional de transporte aéreo, firmando IATA, a su vez, en nombre y representación de todas las aerolíneas pertenecientes al BSP, por medio del que, entre otras cuestiones, los agentes de viaje aceptan la aplicación de las Resoluciones de IATA.

En concreto, en la Resolución 850 m de IATA se regula la emisión y procesamiento de ADM por las aerolíneas que pertenecen a IATA y, en concreto, se establece que los ADM son una herramienta contable legítima para su uso por parte de las aerolíneas del BSP para cobrar importes o para realizar ajustes a los agentes respecto a la emisión y uso de Documentos

de Tráfico Estándar emitidos por el agente. También se prevé que podrán existir usos alternativos de los ADM, siempre que se haya consultado individualmente con el Agente o con una representación local de Agentes, o por medio del foro local consultivo conjunto correspondiente.

De igual modo en dicha Resolución 850 m de IATA se prevé que las aerolíneas IATA están obligadas a publicar y mantener en la interfaz del BSP Link su política de ADM y se prevé que si se produce cualquier cambio en dichas políticas, antes de que tales cambios entren en aplicación, debe enviar una alerta del sistema a los agentes acreditados.

Si bien los ADM existen desde hace años, en los últimos tiempos las agencias de viajes han estado sufriendo el incremento exponencial del uso de esta herramienta por parte de las aerolíneas participantes en el BSP IATA, suponiéndoles ello un aumento significativo de tiempo de trabajo para examinarlos y analizar su eventual disputa, así como les afecta a su cuenta de explotación y tesorería, dado que, en más de una ocasión, incluso en los casos que hay viabilidad de disputa, no se

logra que se retire el ADM antes de la facturación y el agente tiene que avanzar el pago y, posteriormente, esperar un lapso de tiempo hasta que pueden recuperar el importe vía comunicado de crédito en favor del agente, más comúnmente conocido como ACM.

Por parte de CEAV, en defensa de los intereses de las agencias de viajes españolas, estamos analizando las políticas de ADM de las distintas aerolíneas, empezando por aquellas que tienen mayor volumen de ventas en el BSP España, para denunciar cualquier aspecto contenido en las mismas que se considere que puede contravenir la normativa vigente y aplicable y en cualquier caso nos parece abusivo este modo de proceder y el contrato que lo ampara.



Tenemos una **solución** para cada tipo de cliente de **tu agencia de viajes.**



Garantía 100

Ideal para los
clientes que viajan
ligeros de equipaje.

Fly & Bag Protección

para los clientes que
quieren viajar con
total tranquilidad.

Protección Aérea

para aquellos
clientes que viajaron
sin Garantía 100 o
Fly & Bag.



Solicita **condiciones especiales** de
estos productos para tu agencia en el

+34 960 660 283



Volotea conectará Madrid con Ancona a partir de diciembre con una nueva ruta exclusiva

La aerolínea inaugura una nueva conexión entre la capital española y la ciudad italiana de Ancona, ampliando su red de destinos en Europa y consolidando su apuesta por las rutas directas y no atendidas por otras compañías.

Volotea ha anunciado el lanzamiento de una nueva ruta directa entre Madrid y Ancona, una ciudad italiana ubicada en la costa del mar Adriático. Esta conexión comenzará a operar a partir del 19 de diciembre de 2025, con una programación inicial de 12 vuelos durante el período invernal, convirtiéndose en la única aerolínea que ofrece vuelos directos entre ambas ciudades.

Una nueva puerta a la región de Las Marcas

Ancona, capital de la región italiana de Las Marcas, es un destino con gran valor cultural, histórico y paisajístico, que hasta ahora no contaba con conexión aérea directa con España.

Esta nueva ruta facilitará los desplazamientos turísticos y familiares, así como los viajes de negocio entre ambas ciudades, en especial durante la campaña navideña y los meses de invierno, cuando la demanda por escapadas culturales y destinos alternativos crece de forma significativa.

Una apuesta por rutas exclusivas

Volotea ha destacado que esta nueva conexión responde a su estrategia de operar rutas sin competencia directa, ofreciendo vuelos punto a punto entre ciudades de tamaño medio que suelen estar desatendidas por las grandes aerolíneas. El enlace Madrid-Ancona es un ejemplo más de este modelo operativo, que ha llevado a la compañía a consolidarse en mercados regionales europeos.

Según declaraciones recogidas por los medios, la compañía reafirma así su compromiso con ofrecer más opciones de conectividad directa desde Madrid, ampliando su huella en el mercado español.

Detalles operativos

- Inicio de operaciones: 19 de diciembre
- Total de vuelos programados: 12
- Tipo de operación: Ruta exclusiva sin competencia

- Motivo de apertura: Incrementar conectividad con destinos secundarios de alto valor turístico y cultural

Las plazas ya están disponibles en la web de Volotea y en agencias de viajes, con precios competitivos y disponibilidad limitada debido a la estacionalidad de la ruta.

Con esta incorporación, Volotea amplía su red de rutas en Europa y mejora la accesibilidad a destinos menos explorados, facilitando alternativas para el viajero español y apostando por un modelo de conectividad directa, flexible y sostenible.



easyJet reabre sus bases en Palma, Málaga y Alicante con 12 nuevas rutas

easyJet ha anunciado la reapertura de sus bases estacionales en Palma de Mallorca, Málaga y Alicante, reforzando significativamente su operativa en España de cara a la temporada de verano 2025.

La compañía británica, una de las principales aerolíneas low cost de Europa, lanzará 12 nuevas rutas desde estos aeropuertos, alcanzando un total de 7 millones de asientos programados, lo que representa un incremento del 10% respecto al verano anterior.

Una apuesta estratégica por el turismo español

Las bases de Palma, Málaga y Alicante son estacionales y operativas solo durante los meses de mayor actividad turística. Su reapertura refuerza la posición de easyJet como uno de los principales operadores en destinos de sol y playa del Mediterráneo, con un enfoque centrado en la conectividad directa con Reino Unido, Suiza, Alemania, Francia e Italia.

Según ha explicado Javier Gándara, director general de easyJet para el Sur de Europa, esta estrategia responde al crecimiento sostenido de la demanda internacional hacia España y a la excelente acogida de las rutas existentes. Además, permite a la aerolínea optimizar la utilización de flota y recursos durante los meses de mayor tráfico.

Palma de Mallorca: cinco nuevas rutas

La base de Palma, donde easyJet operará con cinco aviones esta temporada, incorporará rutas a: Brest (Francia), Zúrich (Suiza), Lyon (Francia), Lille (Francia), Newcastle (Reino Unido). Con estas incorporaciones, la compañía operará más de 30 rutas desde Palma este verano, lo que la consolida como uno de sus hubs mediterráneos clave.

Málaga: regreso con cinco nuevos destinos

Desde Málaga, donde operará con cuatro aeronaves, easyJet retoma la actividad con una potente oferta, que incluye nuevos enlaces con: Nantes (Francia), Bordeaux (Francia), Niza (Francia), Oporto (Portugal), Zurich (Suiza).

La base malagueña contará con 28 rutas en total, fortaleciendo su conexión con ciudades europeas de alta demanda turística y cultural.

Alicante-Elche: expansión con dos rutas nuevas

En el Aeropuerto de Alicante-Elche, la compañía operará con tres aviones y ha incorporado vuelos hacia: Southampton (Reino Unido), Zúrich (Suiza).

El aumento de capacidad en Alicante es del 11% respecto al verano de 2024, lo que evidencia el peso creciente del aeropuerto alicantino dentro de la red de easyJet.

Un verano récord: 7 millones de asientos y 20 aviones en operación

En conjunto, la aerolínea contará con 20 aviones basados en España durante los meses de verano, una de las mayores operaciones de su historia en el país. El programa incluirá más de 120 rutas en toda la geografía nacional, conectando los destinos más turísticos con el resto de Europa.

Además de su expansión en estas tres bases, easyJet mantiene su actividad regular en Barcelona y Madrid, y refuerza su presencia en islas Baleares y Canarias, consolidando así una red robusta, diversificada y altamente competitiva. Impulso para el turismo y la economía local.

La reapertura de las bases no solo implica un mayor volumen de vuelos y pasajeros, sino también un impacto positivo en el empleo local, con la activación de tripulaciones, personal de tierra, mantenimiento y servicios auxiliares.

También representa una oportunidad para agencias de viajes y destinos receptivos, que podrán ofrecer más alternativas de conectividad para sus clientes.



LEVEL refuerza su operativa entre Barcelona y América con un récord de asientos para el verano

La aerolínea ofrecerá más de 650.000 plazas entre ambas regiones, un 22% más que en 2024, consolidando a Barcelona como su gran hub intercontinental.

LEVEL, la aerolínea de largo radio del grupo IAG con base en Barcelona-El Prat, ha anunciado una ambiciosa ampliación de su operativa transatlántica para la temporada de verano 2025. Con más de 652.000 asientos disponibles entre Europa y América, la compañía refuerza su papel estratégico como principal operador intercontinental desde Cataluña.

Este crecimiento representa un incremento del 22% respecto al verano anterior, y permitirá a la aerolínea operar hasta 18 vuelos semanales más que en 2024. Según ha indicado la compañía, el aumento responde al buen rendimiento de las rutas actuales y al dinamismo de la demanda en ambos lados del Atlántico. Más frecuencias, más destinos y mayor conectividad

Para este verano, LEVEL aumentará frecuencias en todas sus rutas existentes entre Barcelona y América. En concreto: Nueva York (JFK) pasará de seis a nueve vuelos semanales, lo que refuerza su posición como uno de los principales corredores entre España y EE. UU. Boston contará con cinco frecuencias

semanales, una más que en 2024. Los Ángeles alcanzará las cuatro frecuencias por semana, reforzando la conexión con la Costa Oeste. San Francisco, uno de los destinos estrella de la aerolínea, ofrecerá cinco vuelos semanales, frente a los tres del verano anterior.

En América Latina, Buenos Aires llegará hasta seis frecuencias semanales, consolidándose como una de las rutas con mayor ocupación y potencial de crecimiento.

Una apuesta por el largo radio desde Barcelona

Desde su nacimiento en 2017, LEVEL ha apostado por el modelo punto a punto de largo recorrido desde Barcelona, y este incremento de capacidad responde a una estrategia sostenida de crecimiento. En palabras de sus responsables, el objetivo es "seguir ampliando las oportunidades para volar desde Cataluña a América sin escalas, apostando por una experiencia moderna, directa y competitiva".

Con este anuncio, LEVEL se posiciona como la única aerolínea de bajo coste de largo radio que conecta regularmente Barcelona con múltiples destinos en América, y como un actor relevante en la dinamización del aeropuerto de El Prat como plataforma internacional.

Impacto económico y comercial
El refuerzo de rutas no solo incrementa la conectividad entre continentes, sino que también supone un estímulo para el turismo, el comercio y las relaciones empresariales. Agencias de viajes, turoperadores y empresas de ambos lados del Atlántico se beneficiarán de una mayor disponibilidad de plazas, mejores horarios y opciones más competitivas para sus clientes.

Además, este crecimiento coincide con un contexto de recuperación sostenida del tráfico aéreo, donde destinos como EE. UU. y Argentina están registrando niveles de demanda superiores a los prepandemia.

Cruzar el Atlántico: *El nacimiento de los vuelos internacionales*

El cielo ya no tiene fronteras

En el anterior número del Observatorio Aéreo, iniciamos un viaje narrativo que nos llevó desde los sueños más primitivos del ser humano por volar hasta la consolidación de los primeros vuelos comerciales. Vimos cómo los pioneros de la aviación enfrentaron lo desconocido, cómo surgieron las primeras aerolíneas y cómo los aviones empezaron a conectar ciudades dentro de un mismo país. Ahora, es momento de dar un salto aún mayor: el salto sobre el océano.

Porque hubo un momento en la historia en el que la distancia entre continentes parecía una barrera infranqueable, un abismo azul que separaba mundos. Sin embargo, la aviación tenía otros planes. Este capítulo se adentra en una etapa clave en la evolución del transporte aéreo: la conquista del Atlántico, un hito que transformó la forma en la que nos movemos, nos relacionamos y entendemos el planeta.

Más allá de los desafíos técnicos, cruzar el océano supuso un cambio de escala y de mentalidad. Ya no se trataba de llegar más rápido a la ciudad vecina, sino de unir mundos: de conectar Nueva York con París, Buenos Aires con Madrid, o Río de Janeiro con Lisboa. Fue el paso definitivo de la aviación de lo nacional a lo global, el momento en que volar dejó de ser un avance técnico para convertirse en una nueva forma de entender el mundo.

En este artículo exploraremos ese momento de inflexión: desde el histórico vuelo de Charles Lindbergh, hasta las majestuosas rutas de los hidroaviones Clipper de Pan Am, pasando por los complejos acuerdos diplomáticos que hicieron posible la navegación aérea intercontinental. Todo ello nos permitirá entender por qué cruzar el Atlántico no solo fue un desafío superado, sino el inicio de una nueva era.

Lindbergh y el vuelo que cambió el mundo

Hubo un día en que el mundo se detuvo para mirar al cielo. Era mayo de 1927 y un joven piloto de 25 años, prácticamente desconocido para el gran público, se subía a un avión monomotor con la ambición de convertirse en el primer ser humano en cruzar el océano Atlántico sin escalas. Su nombre era Charles Lindbergh, y su aeronave, el Spirit of St. Louis, pasaría a la historia no solo como una proeza técnica, sino como un símbolo de lo que la aviación era capaz de lograr.

Hasta ese momento, el vuelo entre continentes se consideraba poco menos que una fantasía, al alcance solo de locos o genios. Varios intentos previos habían acabado en tragedia, y la ruta entre Nueva York y París, con más de 5.800 kilómetros de distancia, representaba un desafío formidable: malas condiciones meteorológicas, navegación rudimentaria, falta de puntos de referencia y un enorme océano sin margen para el error. Lindbergh despegó del aeródromo de Roosevelt Field, en Nueva York, el 20 de mayo de 1927, en una aeronave sin

radio, sin visibilidad frontal (el motor estaba delante de la cabina) y con más de 1.700 litros de combustible a bordo. Viajó en solitario, sin copiloto, sin dormir, y sin apenas moverse durante más de 33 horas ininterrumpidas. Cuando aterrizó en Le Bourget (París) el 21 de mayo, fue recibido por una multitud eufórica de más de 100.000 personas.

Aquel vuelo no solo cruzó un océano, sino que conectó simbólicamente dos mundos. Estados Unidos y Europa, que hasta entonces dependían del telégrafo, los barcos o la correspondencia postal para comunicarse, descubrieron que podían estar a menos de dos días de distancia si el aire se ponía de su parte.

El impacto social del vuelo fue descomunal. Lindbergh se convirtió en un héroe internacional, en el rostro visible de una era que estaba a punto de despegar—literal y figuradamente. La prensa mundial cubrió el evento como si se tratara de la llegada a la luna, y durante meses no se hablaba de otra cosa. A raíz de su hazaña, la confianza pública en la aviación se disparó, y con ella las inversiones, los desarrollos técnicos y las ambiciones de las nacientes compañías aéreas.

Más allá de la hazaña personal, el vuelo de Lindbergh funcionó como un punto de inflexión mental: si un solo hombre podía atravesar el océano en un pequeño avión de tela y metal, ¿por qué no podrían hacerlo también los pasajeros, con rutas regulares, aviones más grandes y pilotos entrenados?

El cruce del Atlántico dejó de ser un reto imposible y pasó a ser un objetivo comercial. A partir de ese momento, las aerolíneas no solo aspiraban a unir ciudades dentro de un país, sino a conectar continentes enteros. Y la aviación comercial internacional, tal como la conocemos hoy, empezó a tomar forma.

De la hazaña al negocio: los Clipper de Pan Am

El vuelo de Lindbergh demostró que cruzar el Atlántico era posible. El siguiente paso era aún más ambicioso: hacerlo rentable, replicable y seguro para pasajeros y mercancías. Aquí es donde entra en escena una aerolínea



que marcaría el ritmo de la aviación internacional durante varias décadas: Pan American Airways, conocida mundialmente como Pan Am.

Fundada en 1927, Pan Am no tardó en convertirse en el gran motor de la expansión internacional de la aviación estadounidense. Su estrategia era clara: no limitarse a operar vuelos regionales, sino conquistar el cielo global. Y para lograrlo, necesitaban un tipo de aeronave capaz de surcar largas distancias, aterrizar en lugares sin infraestructura aeroportuaria y ofrecer una experiencia que inspirara confianza en un público que aún consideraba volar como algo arriesgado.

La solución llegó con los hidroaviones Clipper, una familia de aviones diseñados para despegar y aterrizar sobre el agua. Estos aparatos, con aspecto de barco volador, ofrecían una combinación perfecta de autonomía, seguridad y elegancia. El modelo más icónico fue el Boeing 314 Clipper, un gigantesco avión con capacidad para 70 pasajeros en vuelos diurnos y hasta 40 en configuración nocturna, con literas, comedor, vestíbulo y hasta un salón de lectura.

Los Clipper no solo permitieron establecer las primeras rutas comerciales transatlánticas, sino que transformaron la experiencia de volar. El servicio a bordo era tan sofisticado como en un crucero de lujo: vajilla de porcelana, manteles de lino, azafatas uniformadas con elegancia y menús diseñados por chefs. Volar con Pan Am no era simplemente llegar a

destino; era formar parte de una élite que experimentaba el futuro.

La primera ruta transatlántica de pasajeros de Pan Am se inauguró en 1939, uniendo Nueva York con Lisboa y Marsella, con escalas en Terranova y las Azores. El vuelo duraba más de 24 horas, pero representaba un avance descomunal respecto a los varios días que tomaban los transatlánticos por mar.

Poco después, la compañía extendió sus operaciones hacia América del Sur, el Pacífico y Asia, consolidando su papel como el rostro internacional de la aviación estadounidense.

Más allá del lujo y el exotismo, los Clipper también desempeñaron un papel clave en la apertura de rutas intercontinentales, pues al no requerir pistas de aterrizaje tradicionales, podían operar en puertos y bahías de países sin infraestructura aérea desarrollada.

Esto permitió conectar puntos remotos del planeta y establecer las bases para futuras rutas con aviones convencionales.

Pan Am no solo vendía billetes de avión, vendía el imaginario de una humanidad que ya no estaba atada al suelo ni al mar, que podía cruzar continentes con la misma naturalidad con la que se tomaba un tren. Y ese imaginario caló profundamente en la sociedad de la época, acelerando la transformación cultural que haría del avión una herramienta cotidiana, no un lujo para unos pocos.

Sin los Clipper y la visión global de Pan Am, la aviación internacional probablemente habría tardado más en despegar. Ellos supieron pasar de la hazaña individual al sistema organizado, del mito al modelo de negocio. Y con ello, encendieron una mecha que muy pronto se expandiría por todos los cielos del planeta.

Tecnología, infraestructura y diplomacia aérea

Para que los vuelos transatlánticos pasaran de la proeza aislada a la rutina comercial, no bastaba con tener aviones más grandes y aerolíneas ambiciosas. Era necesario construir todo un ecosistema que hiciera posible la aviación intercontinental: tecnología fiable, redes de apoyo logístico, acuerdos diplomáticos, y normas comunes que garantizaran la seguridad y la viabilidad del negocio.

Uno de los principales retos técnicos era la autonomía de vuelo. Los primeros aviones comerciales no tenían capacidad para recorrer largas distancias sin escalas, por lo que era imprescindible crear una red de puntos intermedios: islas, bases, puertos y estaciones de reabastecimiento donde repostar combustible, realizar



mantenimientos básicos o esperar mejores condiciones meteorológicas. Las Azores, Terranova, Bermudas, Isla Ascensión o las Islas Canarias se convirtieron en piezas clave del tablero global.

Junto a esta red física, surgieron también necesidades operativas fundamentales: sistemas de navegación precisos, predicción meteorológica, control del tráfico aéreo y radioayudas. No era lo mismo volar entre dos ciudades separadas por tierra firme, con puntos

de referencia visibles, que hacerlo sobre el Atlántico, donde el horizonte es una línea constante y cualquier desviación mínima puede tener consecuencias fatales. Por eso, se invirtió mucho en mejorar los instrumentos de navegación, los radiofaros y los sistemas de comunicación a bordo.

Pero quizá el componente más delicado de esta expansión fue el político y diplomático. Volar de un país a otro no solo implicaba cubrir una distancia física, sino también negociar derechos de sobrevuelo, permisos de aterrizaje y acuerdos bilaterales que permitieran a una aerolínea operar en territorio extranjero. En muchos casos, estas negociaciones estaban marcadas por tensiones geopolíticas, intereses comerciales o alianzas estratégicas.

Por ejemplo, para que Pan Am pudiera operar rutas en Europa o América del Sur, fue necesario llegar a acuerdos con los gobiernos locales, que en ocasiones exigían reciprocidad o participación en los beneficios. Lo mismo ocurría con aerolíneas europeas que deseaban abrir rutas hacia América. Así nacieron las primeras grandes alianzas internacionales del sector aéreo, antecedente lejano de lo que hoy conocemos como codeshare agreements o global alliances.

También comenzó a consolidarse el papel de organismos multilaterales, como la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), fundada en 1945 para coordinar normas técnicas, tarifas y procedimientos entre aerolíneas de distintos países. Aunque en los años





30 y 40 su rol era aún incipiente, ya se vislumbraba la necesidad de una regulación compartida para un espacio aéreo que era, cada vez más, un recurso global.

Este periodo de construcción de infraestructuras y negociaciones diplomáticas fue, en cierto modo, la arquitectura invisible de la aviación internacional. Sin estas redes logísticas, acuerdos y protocolos, ningún avión habría podido volar con garantías más allá de sus fronteras. La globalización aérea no solo se construyó en los cielos, sino también sobre mesas de negociación, mapas meteorológicos y hangares de escala remota.

Gracias a esa combinación de tecnología, planificación y diplomacia, las rutas intercontinentales se multiplicaron. Y con ellas, el mundo empezó a parecer más pequeño, más accesible... y más interconectado que nunca.

El mundo ya es redondo (y está conectado por aire)

Hubo un momento —no definido por una fecha concreta, sino por una sensación colectiva— en que la humanidad empezó a sentir que el planeta, por grande que fuera, ya no estaba tan lejos. Esa transformación no

fue obra de los barcos ni del telégrafo, sino del avión. La conquista del Atlántico fue el punto de inflexión definitivo: el cielo ya no separaba, conectaba. Y con ello, el mundo se hizo, por fin, redondo.

Los vuelos transatlánticos no solo supusieron una proeza tecnológica y logística. También provocaron un cambio profundo en la mentalidad de las personas. Lo lejano dejó de ser inalcanzable. Ciudades como París, Nueva York, Buenos Aires, Río o Londres empezaron a formar parte del imaginario colectivo no como destinos imposibles, sino como lugares a los que uno podía llegar, vivir, explorar o hacer negocios. Lo que antes requería semanas de travesía en barco, ahora se resolvía en un día —aun que largo— de vuelo.

Este nuevo escenario fue clave para el surgimiento de un nuevo modelo turístico internacional, impulsado por las clases altas primero, y por una incipiente clase media después. El concepto de “viajar al extranjero” cambió para siempre: ya no se trataba solo de desplazarse, sino de acceder a otras culturas con una inmediatez hasta entonces impensable. La aviación comenzó a dibujar rutas que no solo conectaban puntos geográficos, sino experiencias humanas, mercados, ideas y estilos de vida.

Pero la conexión no era solo cultural o emocional. También lo fue económica y estratégica. Las rutas intercontinentales permitieron el desarrollo de relaciones comerciales más ágiles, la internacionalización de empresas, la expansión de productos y marcas, y la consolidación de centros financieros y diplomáticos. Las ciudades que eran accesibles por aire ganaban protagonismo global, mientras que aquellas que quedaban fuera del mapa de las aerolíneas empezaban a sentir su desconexión como una desventaja competitiva.

A mediados del siglo XX, volar ya no era una excentricidad reservada a aventureros o millonarios. Era, cada vez más, una necesidad práctica y una herramienta de integración global. La aviación había dejado de ser el futuro para convertirse en el presente.

Este nuevo escenario es el que dará pie a nuestro próximo capítulo: el nacimiento de la edad dorada de la aviación comercial, una etapa en la que volar se transformó no solo en una posibilidad, sino en una experiencia de lujo, prestigio y sofisticación. Una época en la que las aerolíneas competían no solo por llegar más lejos, sino por hacerlo con más estilo, más glamour y más ambición estética. Pero esa, como siempre decimos, ya es otra historia.



Acumula dinero
en Interclub Wallet.



Vende más,
gana más.



Eventos
y formación.



Premios
y campañas.



Inscríbete ahora escaneando el
QR y **participa en el sorteo**
de una tarjeta regalo de

300€



Intermundial
Travel insurance in motion





Rutas y Operaciones

España afianza su papel como eje del tráfico aéreo europeo con más de 81.000 vuelos internacionales en marzo

El tráfico aéreo internacional entre España y el resto de Europa continúa su ritmo ascendente. Durante el mes de marzo de 2025 se registraron 81.644 vuelos, una cifra que representa un incremento del 5,86% respecto al mismo periodo del año anterior, cuando se contabilizaron 77.121 operaciones.

Este crecimiento no solo refleja una recuperación sostenida en la conectividad aérea, sino que también consolida a España como una plataforma fundamental en las rutas europeas. El aumento interanual de más de 4.500 vuelos pone de manifiesto el dinamismo del sector y la confianza renovada tanto de aerolíneas como de viajeros.

Los aeropuertos de Barcelona-El Prat y Madrid-Barajas lideraron el movimiento internacional hacia Europa durante el mes,

con 7.989 y 7.573 vuelos, respectivamente. En conjunto, representaron más del 38% de todas las operaciones internacionales desde España con destino a Europa, consolidándose como los principales hubs del país.

Por otro lado, destinos como Málaga, Alicante o Tenerife Sur también experimentaron un notable impulso en su conectividad europea, apoyando la diversificación geográfica del tráfico aéreo.

Por tanto, marzo confirma una tendencia que se viene repitiendo desde el inicio del año: los vuelos internacionales entre España y Europa no solo se recuperan, sino que crecen con solidez. Este escenario favorece al tejido turístico, a las agencias de viajes y a todos los actores vinculados al transporte aéreo.



Rutas y Operaciones

Londres Gatwick y Ámsterdam lideran los destinos internacionales desde España en marzo de 2025

Durante el mes de **marzo de 2025**, los aeropuertos de **Londres Gatwick y Ámsterdam-Schiphol** se consolidaron como los destinos internacionales más frecuentes desde España, reflejando una conectividad sólida con dos de los principales hubs europeos. En total, **Londres Gatwick** registró **1.994 vuelos**, mientras que **Ámsterdam** alcanzó los **1.655 vuelos**, situándose en segunda posición.

La lista de los cinco principales destinos internacionales se completó con **Roma Fiumicino**, que acumuló **1.359 vuelos**, seguida de **Lisboa Portela (1.270 vuelos)** y **Manchester**, con **1.258 operaciones**. Esta configuración muestra una concentración del tráfico hacia capitales europeas y ciudades

con alta actividad turística y empresarial.

A diferencia de otros meses en los que la variación interanual ha sido más acentuada, marzo ha mostrado una continuidad en las preferencias de los viajeros. Destinos como **Roma y Lisboa** han mantenido posiciones similares respecto al año anterior, intercambiando posiciones en un margen muy ajustado, lo que sugiere una demanda constante hacia estas ciudades.

El dominio del **Reino Unido** y los **Países Bajos** en el ranking vuelve a poner de manifiesto su peso estratégico en el tráfico aéreo español. Tanto por volumen de pasajeros como por la frecuencia de conexiones, siguen siendo mercados prioritarios para aerolíneas y operadores turísticos.



Rutas y Operaciones

El tráfico aéreo total en España crece un 3,82% en marzo de 2025, con Alicante y Barcelona impulsando el repunte

El volumen de vuelos operados en España durante **marzo** de 2025 alcanzó las **126.654 operaciones**, lo que supone un incremento del **3,82%** respecto al mismo mes del año anterior, en el que se registraron **121.989 vuelos**. Este repunte, que equivale a **4.665 vuelos adicionales**, refleja una demanda sostenida y una recuperación

consolidada del sector aéreo. Uno de los datos más destacados del mes ha sido el comportamiento de aeropuertos como **Alicante-Elche**, que lideró el crecimiento absoluto en volumen de operaciones con **+623 vuelos** adicionales respecto a marzo de 2024. Le siguieron **Barcelona-El Prat**, con un aumento de **+460**

vuelos, y **Málaga-Costa del Sol**, que sumó **+436 operaciones** más que el año anterior. También destacan en este ranking **Valencia** (**+416 vuelos**) y **Madrid-Barajas**, que a pesar de ser uno de los aeropuertos con mayor tráfico general, experimentó un crecimiento más moderado de **+282 vuelos**.

Por tanto, el buen ritmo de crecimiento de estos aeropuertos refuerza la tendencia positiva que viene marcando el inicio de 2025. España consolida así su papel protagonista en el mapa del transporte aéreo europeo, con una red cada vez más activa y conectada.



Rutas y Operaciones

El tráfico aéreo en España se concentra en rutas clave, pese a una leve caída en la variedad de destinos en marzo de 2025

Durante el mes de **marzo de 2025**, se operaron **3.054 rutas únicas** desde y hacia aeropuertos españoles, lo que representa una leve reducción del **0,88%** respecto a las **3.081 rutas** registradas en el mismo mes del año anterior. Esta diferencia de **27 rutas menos** no ha supuesto un freno en el volumen general de operaciones, que se ha mantenido al alza, sino que más bien apunta a una **mayor**

concentración del tráfico aéreo en rutas consolidadas y de alta demanda. A pesar de la ligera contracción en la oferta de rutas, algunas nuevas conexiones han irrumpido con fuerza en el panorama aéreo. Es el caso de la ruta **Sevilla – Estambul Sabiha Gökçen**, que operó **22 vuelos** durante el mes en cada sentido, estableciéndose rápidamente como una conexión relevante

entre Andalucía y Turquía. También destaca la conexión **Valencia – Vigo**, que registró **12 operaciones**, reforzando la red doméstica con una nueva alternativa entre el este y el noroeste peninsular. Estos datos reflejan cómo el mercado aéreo español sigue ajustándose a la demanda real, apostando por rutas eficientes y rentables, al tiempo que se abren



Rutas y Operaciones

Gran Canaria–Tenerife Norte encabeza el tráfico aéreo nacional en marzo de 2025

Las rutas interinsulares volvieron a ocupar los primeros puestos del tráfico aéreo nacional en **marzo** de 2025, consolidando la relevancia de la conectividad entre islas dentro del territorio español. La ruta **Gran Canaria (LPA) – Tenerife Norte (TFN)** fue la más operada del país con **735 vuelos**, seguida muy de cerca por el trayecto inverso **Tenerife Norte – Gran Canaria**, que registró **730 vuelos**. Este dominio de las conexiones en el archipiélago canario pone de manifiesto su papel esencial como eje de movilidad regional, no solo por volumen, sino también por la frecuencia y regularidad del servicio. En la península, la ruta

Barcelona – Palma de Mallorca se mantuvo como la más activa, con **635 vuelos**, seguida de cerca por **Palma – Barcelona** con **619 vuelos**, lo que evidencia la fortaleza del eje aéreo entre Cataluña y Baleares. También destaca la ruta **Arrecife – Gran Canaria**, con **605 operaciones**, completando el top 5 nacional y reforzando aún más la presencia de Canarias en el mapa del tráfico doméstico. En conjunto, estos datos reafirman la importancia estratégica de los **aeropuertos insulares** dentro de la red nacional, asegurando una movilidad eficaz tanto dentro del archipiélago como en las conexiones entre islas y península.



Aerolíneas

Ryanair e Iberia consolidan su liderazgo en el tráfico aéreo español en marzo de 2025

Las aerolíneas **Ryanair** e **Iberia** han vuelto a situarse a la cabeza del mercado aéreo en España durante el mes de **marzo de 2025**, reafirmando su posición como principales operadores del país. La **low cost irlandesa** lideró el ranking con **26.177 vuelos**, mientras que **Iberia**, la aerolínea de bandera, operó un total de **18.504 vuelos** en territorio nacional.

Les siguen **Vueling**, con **15.887 vuelos**, **Binter Canarias** (**7.636 vuelos**) y **EasyJet**, que cerró el top 5 con **7.435 operaciones**. Estas cinco aerolíneas gestionaron en conjunto más del **59,7%** del total de vuelos operados en España durante el mes, que ascendieron a **126.654**.

Este reparto evidencia tanto la consolidación de los grandes grupos como la coexistencia de modelos de negocio muy distintos: desde las low cost con fuerte presencia en rutas internacionales y peninsulares, hasta operadores regionales como **Binter**, que refuerzan la cohesión territorial en entornos insulares como Canarias. El liderazgo de Ryanair e Iberia no solo se traduce en volumen de operaciones, sino también en una capacidad estratégica para adaptarse a la evolución de la demanda, gestionar nuevas rutas y mantener una presencia dominante en los principales aeropuertos españoles.

Iberia, Vueling y Binter lideran el mercado doméstico español en marzo de 2025

El tráfico aéreo dentro del territorio nacional sigue siendo liderado por tres actores clave: **Iberia, Vueling y Binter Canarias**, que volvieron a encabezar el ranking de aerolíneas con mayor número de vuelos domésticos en **marzo de 2025**.

Iberia se situó a la cabeza con **9.250 vuelos nacionales**, consolidando su posición como operador principal en rutas peninsulares e insulares. Le siguió **Vueling**, que alcanzó los **7.619 vuelos**, demostrando su fortaleza tanto en la red doméstica como en la conectividad entre regiones. **Binter Canarias**, especializada en la movilidad interinsular, completó el trío líder con **7.467**

operaciones.

Por detrás, **Ryanair** sumó **3.249 vuelos nacionales**, y **Air Europa** se mantuvo firme en el quinto puesto con **2.776 operaciones**, ambos reforzando su presencia en rutas clave dentro del país.

Este ranking confirma que el **mercado doméstico español** continúa siendo altamente competitivo, con una clara segmentación entre operadores tradicionales, low cost y aerolíneas regionales. La solidez de Iberia, Vueling y Binter evidencia su capacidad de adaptación a la demanda y su relevancia en la conectividad interna del país.



Turkish Airlines y Aer Lingus destacan entre las aerolíneas más puntuales en marzo de 2025

La puntualidad sigue siendo uno de los aspectos más valorados por los pasajeros y, durante **marzo de 2025**, varias aerolíneas demostraron un alto nivel de eficiencia en sus operaciones en España. Entre aquellas compañías que operaron más de **500 vuelos** en el mes, **Turkish Airlines**

(**TK**) y **Aer Lingus** (**EI**) destacaron especialmente por su puntualidad media a la llegada. **Turkish Airlines** lideró el ranking con una **media de adelanto de 17,31 minutos por vuelo**, seguida de **Aer Lingus**, que registró **8,32 minutos de adelanto** promedio. Entre

ambas, han mostrado una clara apuesta por la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. En tercera posición aparece **Aero Services Executive** (**W4**) con una media de **11,46 minutos**, seguida de **Wizz Air Hungary** (**W6**) con **10,10 minutos**, y **TUI Airlines Belgium** (**TB**), que logró un

destacado **21,81 minutos**, aunque con menor volumen de operaciones (503 vuelos, justo por encima del umbral de análisis). Este comportamiento no solo subraya el compromiso de estas aerolíneas con la puntualidad, sino también la complejidad de operar

de forma regular en un entorno competitivo y dinámico como el mercado aéreo español. La capacidad de mantener horarios precisos sigue siendo un factor diferenciador clave para ganarse la fidelidad del viajero.

El mercado aéreo español mantiene su estabilidad en el número de aerolíneas en marzo de 2025

El número de aerolíneas activas en el espacio aéreo español se mantuvo prácticamente estable durante el mes de **marzo de 2025**, alcanzando un total de **152 operadores**. Esta cifra supone un leve incremento del **0,66%** en comparación con el mismo mes del año anterior, cuando se contabilizaron **151 compañías**, lo que refleja un **mercado equilibrado y con señales de continuidad en su dinamismo**.

Aunque la variación es mínima, la entrada de nuevas aerolíneas refuerza la diversidad de la oferta aérea en España. Entre los nuevos operadores que comenzaron a volar este mes figuran nombres como **Nesma Airlines (NE)**, **JetSmart S.P.A. (JA)**, **ASL Airlines France (5O)**, **Sun Country Airlines (SY)** y **IndiGo Airlines (6E)**, ampliando las opciones de conectividad desde y hacia destinos internacionales poco habituales.

Este equilibrio entre permanencia y renovación pone de manifiesto que España sigue siendo un mercado atractivo para las aerolíneas, tanto por volumen de tráfico como por su posición estratégica entre Europa, África y América Latina. A pesar de la competitividad, nuevas compañías continúan apostando por establecer operaciones regulares en territorio español.



Cancelaciones y Retrasos

La ruta Barcelona - Londres Heathrow lidera las cancelaciones internacionales en marzo de 2025

Durante **marzo de 2025**, se registraron **312 cancelaciones** de vuelos que afectaron a aeropuertos españoles. En el segmento internacional, la ruta **Barcelona (BCN) – Londres Heathrow (LHR)** fue la más afectada, con **14 vuelos cancelados**.

Le siguen en el ranking las rutas **Londres Heathrow – Barcelona** con **11 cancelaciones**, **Madrid – Londres Heathrow**

(**8 cancelaciones**) y dos trayectos con **8 vuelos cancelados cada uno: Lisboa – Barcelona y Barcelona – Lisboa**. Este patrón sugiere incidencias operativas concentradas en corredores de alta frecuencia con el Reino Unido y Portugal.

A diferencia de febrero de 2024, donde otras rutas protagonizaban las interrupciones, este cambio refleja posibles ajustes de

planificación y estrategia por parte de las aerolíneas, así como factores externos que pudieron haber impactado más intensamente ciertas conexiones durante el mes analizado.

Estas cifras subrayan la necesidad de una monitorización constante de la puntualidad en rutas clave, especialmente aquellas con un alto volumen de tráfico y dependencia operativa de varios operadores.



Cancelaciones y Retrasos

Las cancelaciones de vuelos en España caen un 8,24% en marzo de 2025 con mejoras en muchas aerolíneas.

Durante el mes de **marzo de 2025**, se registraron **312 vuelos cancelados** en España, lo que representa una **reducción del 8,24%** respecto al mismo mes del año anterior, cuando se contabilizaron **340 cancelaciones**. Esta diferencia de **28 vuelos menos** supone un avance significativo en la estabilidad operativa del transporte aéreo.

Entre las aerolíneas que más cancelaciones acumularon se encuentran **Vueling (VY)** con **83 vuelos cancelados**, seguida por **British Airways (BA)** con **48**, y **Ryanair (FR)** con **47 anulaciones**. También figuran en el ranking **TAP Air Portugal (TP)**, que canceló **39 vuelos**, y **EasyJet (U2)**, con **31 operaciones interrumpidas**.

La caída en el número

total de cancelaciones, a pesar de seguir afectando a algunos operadores con alta frecuencia de vuelos, evidencia una mejora general en la planificación y la gestión de operaciones. Esta tendencia beneficia especialmente a los pasajeros, que ven reducidos los imprevistos, y a las aerolíneas, que optimizan costes y reputación.

Cancelaciones y Retrasos

Barcelona-El Prat lidera en cancelaciones durante marzo de 2025 con 57 vuelos afectados

En **marzo de 2025**, el Aeropuerto de **Barcelona-El Prat (BCN)** registró el mayor número de cancelaciones en el territorio español, alcanzando un total de **57 vuelos cancelados**. Esta cifra lo sitúa como el aeropuerto con más interrupciones operativas durante el mes.

Le siguen **Adolfo Suárez Madrid-Barajas (MAD)**, con **28 cancelaciones**, y **Málaga-Costa del Sol (AGP)**, que acumuló **23 vuelos afectados**. En cuarta posición se encuentra el aeropuerto de **Bilbao-Sondica (BIO)**,

con **11 cancelaciones**, seguido de cerca por **Palma de Mallorca-Son Sant Joan (PMI)**, que registró **10 vuelos cancelados**. Entre los principales factores que explican estas cifras se encuentran **incidencias meteorológicas puntuales y ajustes operativos de las aerolíneas**, especialmente en rutas de alta frecuencia. Estos datos permiten identificar los puntos críticos del sistema y seguir avanzando hacia una operativa más estable y predecible.

Cancelaciones y Retrasos

Disminuyen los vuelos con más de 3 horas de retraso en marzo

Durante **marzo de 2025**, los vuelos con **retrasos superiores a las 3 horas** en los aeropuertos españoles experimentaron una **ligera pero significativa reducción** en comparación con el mismo mes del año anterior. En total, se contabilizaron **312 vuelos afectados**, lo que representa el **0,25% del total de operaciones del mes**, frente a los **342 vuelos** registrados en marzo de 2024 (**0,28%** del total). Esta mejora supone una reducción interanual del **8,77%** en los retrasos prolongados, lo que sugiere un avance en la **gestión operativa por parte de aerolíneas y aeropuertos**. Aunque el número sigue siendo notable, especialmente por el impacto que tiene en los pasajeros afectados, la tendencia descendente refleja un esfuerzo

por mejorar la puntualidad en rutas con alto volumen de tráfico. Este descenso refuerza también el papel de las **indemnizaciones por demora** como una oportunidad para las agencias de viajes. Gestionar correctamente estos casos no solo permite ofrecer un **servicio de valor añadido** al cliente, sino también convertir una situación incómoda en una experiencia de atención y fidelización. En conjunto, los datos apuntan hacia una mejora sostenida en la regularidad de los vuelos, una buena noticia para el sector y para los millones de viajeros que pasan cada mes por los aeropuertos españoles.



Cancelaciones y retrasos

Hangzhou y Nouadhibou encabezan los retrasos internacionales desde España en marzo de 2025

Durante el mes de **marzo de 2025**, varios destinos internacionales desde aeropuertos españoles presentaron **retrasos promedio significativamente elevados**, afectando la puntualidad y la experiencia de numerosos viajeros.

El aeropuerto con mayor afectación fue **Hangzhou (HGH)**, en China, que acumuló un retraso promedio de **473 minutos en 29 vuelos operados**. Le sigue **Nouadhibou (NDB)**, en Mauritania, con **458 minutos de media en 21 operaciones**.

Ambos casos reflejan conexiones de bajo volumen pero de **alto impacto en demoras**. Completan el ranking **Oued Irara (HME)**, en Argelia, con una media de **183 minutos en 8 vuelos**; **Nouakchott (NKC)**, también en Mauritania, con **166 minutos en 18 vuelos**;

y **Teterboro (TEB)**, en Estados Unidos, con **82 minutos** de retraso promedio en **6 vuelos** registrados. Aunque estas rutas no figuran entre las más transitadas, el **elevado tiempo de demora** registrado en cada operación supone un reto logístico tanto

para las aerolíneas como para los viajeros, especialmente en vuelos de largo radio o conexiones críticas. Estos datos subrayan la importancia de analizar no solo la frecuencia de vuelo, sino también su regularidad, como elemento esencial para evaluar la calidad y



Aeropuertos

Alicante-Elche y Málaga-Costa del Sol lideran los incrementos en operaciones aéreas en marzo

Durante el mes de **marzo de 2025**, varios aeropuertos españoles experimentaron un **notable crecimiento en el número de operaciones aéreas** en comparación con el mismo periodo del año anterior, señalando una recuperación sostenida del tráfico.

El mayor incremento se produjo en el aeropuerto de **Alicante-Elche (ALC)**, que sumó **616 vuelos adicionales**, alcanzando un total de **4.425 operaciones**. Le sigue **Málaga-Costa del Sol (AGP)**, con un aumento de **499 vuelos** respecto a marzo de 2024, lo que lo llevó a superar las **6.000 operaciones mensuales (6.024 en total)**.

Otros aeropuertos que destacaron por su crecimiento fueron

Valencia (VLC), con **403 vuelos más** hasta alcanzar **3.153 operaciones**, y **Tenerife Sur (TFS)**, que registró **4.343 vuelos** con un **incremento de 233 respecto al año anterior**. Cierra el top cinco **Sevilla (SVQ)**, con **208 vuelos adicionales**, elevando su volumen total a **2.584 operaciones**.

Estos datos reflejan un **impulso claro en la actividad aérea nacional**, respaldado por la reactivación del turismo y el fortalecimiento de rutas tanto domésticas como internacionales. El repunte en aeropuertos de alto potencial turístico consolida su papel como **puntos clave de entrada y salida en el mapa aéreo español**.

Aeropuertos

Menorca, Bilbao y Asturias mejoran su puntualidad, mientras que La Palma y Sevilla lideran los retrasos en marzo

Durante el mes de **marzo de 2025**, los aeropuertos españoles con **más de 500 vuelos operados** mostraron diferencias significativas en su desempeño de puntualidad, reflejando los desafíos y aciertos logísticos en la operativa aérea nacional. En cuanto a los aeropuertos con **mayor adelanto promedio**, el primer lugar fue para **Menorca (MAH)**, que registró un **adelanto medio de 6,29 minutos en sus 664 operaciones**. Le siguieron **Bilbao-Sondica (BIO)** con **3,92 minutos** y **Asturias (OVD)**, con **3,18 minutos promedio** en sus vuelos. También destacaron **Ibiza (IBZ)** con **2,35 minutos** y **Fuerteventura (FUE)** con una media de **1,54 minutos**. Por otro lado, los **aeropuertos con mayores**

retrasos promedio fueron encabezados por **La Palma (SPC)**, que acumuló una media de **6,16 minutos de demora en 1.024 vuelos**. Le siguieron **Sevilla (SVQ)** con **5,15 minutos**, **Madrid-Barajas (MAD)** con **5,00 minutos**, **Lanzarote (ACE)** con **3,90 minutos** y **Gran Canaria (LPA)**, que alcanzó los **2,83 minutos de media**. Estos datos reflejan la **dinámica operativa desigual entre los distintos aeropuertos españoles**, donde factores como el volumen de tráfico, las condiciones meteorológicas o la capacidad logística influyen directamente en los niveles de puntualidad. Una gestión eficiente en tierra y aire sigue siendo clave para mejorar la experiencia del viajero.



Iberia conectará Madrid con Orlando, Fortaleza y Recife en su nueva ofensiva para el invierno 25-26

La aerolínea española amplía su red intercontinental y refuerza su apuesta por el mercado americano con tres nuevos destinos estratégicos.

Iberia ha anunciado una nueva fase de expansión internacional con la incorporación de tres destinos inéditos en su red para la temporada de invierno 2025-2026: Orlando, en Estados Unidos, y Fortaleza y Recife, en el noreste de Brasil. Esta decisión refuerza su posicionamiento como puente aéreo entre Europa y América, y responde tanto al crecimiento de la demanda como a las oportunidades comerciales y turísticas en ambos lados del Atlántico.

Tres nuevas rutas con identidad propia

Con el inicio de esta nueva programación, Iberia será la única aerolínea que operará vuelos directos entre Madrid y Orlando, la ciudad de los parques temáticos y centro neurálgico del turismo familiar en EE. UU. La conexión estará disponible a partir del junio de 2025, con tres frecuencias semanales, facilitando las conexiones para viajeros españoles y europeos que deseen visitar la Florida central sin escalas.

Por otro lado, Fortaleza y Recife, dos importantes ciudades costeras del noreste brasileño, se suman a la oferta

de Iberia con tres vuelos semanales combinados: dos servicios a Recife y uno a Fortaleza. Ambas ciudades representan un gran atractivo tanto para el turismo de sol y playa como para el desarrollo de negocios en una de las regiones más dinámicas de Brasil.

Un mapa de rutas cada vez más robusto

Estas nuevas rutas se suman a una red en continua expansión. Solo en Brasil, Iberia ya ofrece vuelos directos a São Paulo y Río de Janeiro, y con Fortaleza y Recife alcanzará cuatro destinos en el país. Además, en Norteamérica, Orlando se une a los ya consolidados servicios a Nueva York, Miami, Dallas, Chicago y Boston, consolidando así la presencia de la compañía en mercados clave del continente americano.

Respuesta al crecimiento de la demanda Según ha comunicado la propia aerolínea, la apertura de estas rutas responde al fuerte repunte de la demanda en ambos continentes. En especial, el caso de Orlando representa una apuesta por el turismo familiar y de ocio, mientras que las conexiones con Brasil están alineadas con la creciente demanda

tanto de viajeros vacacionales como corporativos, gracias a la estabilidad del mercado brasileño y su recuperación pospandemia.

Un impulso al turismo y al canal profesional

La incorporación de estos destinos permitirá a agencias de viajes y turoperadores diversificar su oferta con productos de alto valor añadido, impulsando las reservas y ampliando las opciones para sus clientes. La estrategia también beneficia a las autoridades turísticas de ambos países, que ven reforzada su conectividad con Europa y la posibilidad de atraer nuevos perfiles de viajeros.

Operación con flota moderna y sostenible

Iberia operará estas nuevas rutas con su flota de Airbus A330 y A350-900, aviones de nueva generación que combinan eficiencia energética con mayor confort a bordo. Los pasajeros podrán disfrutar de WiFi de alta velocidad, menús renovados con identidad española y latina, y una cabina rediseñada que mejora la experiencia del viaje de largo radio.



Binter refuerza su conectividad entre Tenerife y la Península con cinco nuevas rutas directas en 2025

La aerolínea canaria amplía su red con vuelos desde Tenerife Norte a Vigo, A Coruña, Santander, Granada y Zaragoza, reforzando su apuesta por la conectividad interterritorial.

Binter ha anunciado la apertura de cinco nuevas rutas directas entre Tenerife Norte y la Península Ibérica, que estarán operativas a partir del próximo mes de octubre. Las nuevas conexiones unirán la isla con Vigo, A Coruña, Santander, Zaragoza y Granada, ampliando significativamente la red de vuelos nacionales de la aerolínea y facilitando la movilidad entre Canarias y el resto de España.

Esta expansión consolida el papel de Tenerife Norte – Ciudad de La Laguna como hub estratégico del archipiélago, desde el que Binter seguirá tejiendo una red eficiente y descentralizada de conexiones nacionales.

Un puente más directo entre islas y península

Las nuevas rutas permitirán una mayor accesibilidad sin escalas entre Tenerife y ciudades del norte y sur peninsular, cubriendo zonas que hasta ahora no disponían de conexiones aéreas directas con las Islas Canarias. Cada una de las nuevas rutas contará con dos frecuencias semanales, lo que facilitará escapadas

de corta duración, viajes de negocios y estancias turísticas sin necesidad de pernoctaciones adicionales.

Vigo y A Coruña ofrecerán nuevas alternativas para los viajeros gallegos que hasta ahora necesitaban hacer escala para llegar a Tenerife.

Santander refuerza el corredor atlántico, cubriendo una demanda creciente entre el norte peninsular y el archipiélago.

Zaragoza permitirá una conexión directa con el noreste interior, clave para el turismo y el tráfico familiar.

Granada, por su parte, aportará un nuevo enlace con Andalucía oriental, abriendo oportunidades para el flujo turístico y cultural entre regiones.

Además, se mantiene el refuerzo en otras rutas ya operativas como Pamplona, Murcia o Valladolid, que han registrado altos índices de ocupación desde su lanzamiento.

Una apuesta estratégica por el desarrollo territorial

Esta expansión responde a la voluntad de Binter de fomentar la conectividad directa entre Canarias y las regiones españolas menos atendidas por grandes operadores, ofreciendo un servicio regular, de calidad y con horarios cómodos. La compañía destaca que esta estrategia no solo facilita la movilidad, sino que contribuye al desarrollo económico y turístico de ambos territorios, descentralizando el tráfico aéreo de los grandes hubs como Madrid o Barcelona.

La iniciativa cuenta con el apoyo de instituciones locales y autonómicas, y se enmarca en una visión de largo plazo para integrar de forma más sólida el archipiélago con la Península.

Flota moderna y experiencia de calidad
Los vuelos serán operados con los nuevos reactores Embraer E195-E2, aeronaves de última generación que Binter ha incorporado recientemente a su flota. Estos aviones cuentan con 132 plazas y una configuración de fila sin asiento central, garantizando un mayor confort a bordo.

WHEN FLYING WAS AN ART

Capítulo 04



La edad dorada de la aviación comercial

El cielo se viste de gala

En el capítulo anterior recorrimos el momento fundacional de los vuelos internacionales, cuando cruzar el Atlántico dejó de ser una aventura heroica para convertirse en un servicio organizado.

Pero pronto, ese simple “cruzar” dejó de ser suficiente. A medida que la tecnología mejoraba y las aerolíneas se expandían, volar ya no era solo una forma de moverse por el mundo: era una declaración de estilo, un símbolo de estatus y una experiencia en sí misma.

La aviación comercial entraba, entre los años 40 y 60, en su periodo más elegante y sofisticado. Una era en la que el avión era un salón sobre las nubes, las azafatas eran embajadoras de una marca nacional y las aerolíneas competían por ofrecer el servicio más lujoso, la ruta más exclusiva o el diseño más futurista. Fue un tiempo en que el aire no solo se conquistaba, sino que se vestía de gala.

Este artículo nos llevará a través de esa “edad dorada” de la aviación, un periodo marcado por aviones que parecían obras de arte, por campañas publicitarias que vendían sueños y por un imaginario colectivo en el que volar representaba lo mejor del mundo moderno. Fue una etapa en la que las aerolíneas no solo transportaban pasajeros, sino ilusiones, aspiraciones y estilos de vida.

Hoy, en un mundo de vuelos low cost, controles de seguridad interminables y cabinas abarrotadas, mirar atrás hacia esta época puede parecer casi un cuento. Pero lo cierto es que aquella etapa fue decisiva para consolidar la identidad cultural de la aviación como algo más que transporte. Fue el tiempo en que el cielo se convirtió en escenario, pasarela y escaparate de la modernidad.

Las aerolíneas que conquistaron el mundo (y la imaginación)

Durante las décadas de los 40, 50 y buena parte de los 60, las aerolíneas no

eran simples empresas de transporte. Eran símbolos de prestigio nacional, emblemas de elegancia global y verdaderas embajadas en el aire. Las compañías más influyentes del momento –Pan Am, TWA, BOAC, Air France, Lufthansa o Alitalia– no solo competían por rutas y pasajeros, sino por definir la identidad visual y cultural de lo que significaba volar.

Cada una de ellas representaba algo más grande que sí misma. Pan Am, por ejemplo, encarnaba la potencia emergente de los Estados Unidos: moderna, ambiciosa y omnipresente. Su icónico logo redondo azul con líneas blancas evocaba el globo terráqueo, anticipando su presencia en todos los continentes. La aerolínea era sinónimo de innovación y exclusividad, y sus anuncios prometían una experiencia sin igual. No en vano fue apodada “The World's Most Experienced Airline”.

TWA, bajo el liderazgo de figuras como Howard Hughes, ofrecía una estética futurista y un estilo cinematográfico que seducía tanto como sus rutas. BOAC, la

precursora de British Airways, llevaba la elegancia británica a los cielos; mientras que Air France y Alitalia añadían el inconfundible toque europeo: glamour, diseño y un refinamiento que traspasaba la cabina.

Uno de los aspectos más llamativos de esta época fue la obsesión por el diseño y la estética de marca. Las aerolíneas cuidaban hasta el último detalle: desde los uniformes de sus tripulaciones –diseñados por casas de moda como Dior, Pucci o Balenciaga– hasta la papelería, los menús impresos y el diseño interior de sus aviones. Los catálogos promocionales parecían salidos de revistas de arte, y los carteles publicitarios invitaban a soñar con rutas exóticas y estilos de vida inalcanzables para la mayoría... pero seductores para todos.

La experiencia comenzaba mucho antes del despegue. La elección del vuelo, la llegada al aeropuerto, el trato personalizado, el embarque con música suave... todo formaba parte de un ritual cuidadosamente diseñado. Volar con una de estas compañías era una forma de proyectar estatus, éxito y buen gusto, tanto como lo podía ser conducir un coche de lujo o vestir con un traje hecho a medida.

Pero más allá del marketing y la estética, estas aerolíneas jugaron un papel clave en la construcción del imaginario global de la posguerra. Ayudaron a crear un mundo más conectado, sí, pero también más deseado. No se trataba solo de conectar Nueva York con Roma, o París con Tokio. Se trataba de hacerlo con clase, con estilo y con un discurso que convertía cada vuelo en un capítulo más del gran relato de la modernidad.

En ese contexto, la marca aérea era algo mucho más potente que un logo o un eslogan. Era una promesa de civilización, progreso y elegancia. Y, durante un par de décadas inolvidables, esa promesa voló más alto que nunca.

Aviones legendarios que marcaron una era

La edad dorada de la aviación comercial no habría sido posible sin los aviones que la hicieron volar. Estas décadas alumbraron modelos que marcaron



una época, no solo por sus prestaciones técnicas, sino por la carga simbólica que transportaban consigo. En ellos no solo viajaban pasajeros, sino también las aspiraciones de toda una generación que veía en el cielo una promesa de futuro.

Entre los modelos más emblemáticos se encuentra el Lockheed Constellation, un avión que parecía sacado de una novela de ciencia ficción. Su perfil, con una inconfundible triple cola vertical y un fuselaje estilizado como la carrocería de un deportivo clásico, lo convertía en un espectáculo en tierra y en el aire. No era solo bonito: ofrecía un vuelo más estable, mayor autonomía y una cabina presurizada que permitía ascender por encima de las turbulencias. Volar en un “Connie” era, literalmente, volar en otra liga.

Otro gigante del aire fue el Boeing Stratocruiser, derivado del bombardero B-29, pero reinventado para el lujo. Con dos pisos, un salón con bar en la planta baja y asientos que se convertían en camas, el Stratocruiser ofrecía una experiencia que hoy asociaríamos más con un yate privado que con una aerolínea. Su ruta estrella: de Nueva York a Londres con escalas gourmet en Shannon o Gander, a bordo de una aeronave que parecía más un salón de baile que un medio de transporte.

En Europa, modelos como el Sud Aviation Caravelle pusieron al continente en la vanguardia del diseño aeronáutico. El Caravelle fue el primer reactor comercial europeo y destacó por ser uno de los aviones más elegantes

jamás construidos. Con sus motores montados en la parte trasera, ofrecía una cabina más silenciosa y refinada, ideal para las aerolíneas que buscaban combinar tecnología con una imagen de sofisticación.

Estos aviones eran símbolos voladores, reflejo de una época en la que la aviación todavía buscaba diferenciarse, enamorar, sorprender. Los fabricantes no solo pensaban en la eficiencia o el número de asientos, sino también en la experiencia sensorial del pasajero: el confort de los materiales, la amplitud del espacio, la suavidad del vuelo. En los hangares se fabricaban alas, pero también sueños.

Y si los aviones eran el cuerpo de esta revolución, la cabina era su corazón. Presurizada, climatizada, insonorizada... parecía un salón suspendido en las nubes. Por primera vez, volar no implicaba soportar ruido o incomodidad, sino disfrutar del trayecto como parte esencial del viaje.

W

La elección del avión se convirtió así en una declaración de intenciones por parte de las aerolíneas. Operar un Constellation o un Stratocruiser no era simplemente cuestión de capacidad: era una cuestión de identidad. Era prometerle al pasajero no solo que llegaría, sino que lo haría con estilo.

A bordo del lujo: cuando volar era una experiencia

Si hoy consideramos que volar es, en muchos casos, un trámite,



durante la edad dorada de la aviación era exactamente lo contrario: una experiencia en sí misma, cuidadosamente diseñada para deslumbrar desde el primer al último minuto. Subirse a un avión era entrar en un mundo suspendido entre el cielo y el lujo, donde todo —absolutamente todo— estaba pensado para marcar la diferencia. El embarque ya era un ritual elegante.

Los pasajeros, impecablemente vestidos, eran recibidos con una sonrisa por tripulaciones uniformadas con trajes de alta costura. Las azafatas —nombre de la época— eran el rostro amable y sofisticado de la aerolínea, seleccionadas no solo por su formación, sino por su porte, saber estar y dominio de varios idiomas. Representaban la feminidad moderna, cosmopolita y refinada, y eran parte del imaginario cultural tanto como el propio avión.

Una vez en cabina, comenzaba el espectáculo. Los asientos eran espaciosos, con tapicerías elegantes, reposapiés, cortinas individuales y bandejas de madera pulida. En vuelos de largo recorrido, se ofrecían mantas, almohadas de plumas, kits de aseo y copas de cristal, no de plástico. Las comidas a bordo eran auténticas cenas

de gala, servidas con vajilla real, menús impresos y vino en copas generosas.

Algunas aerolíneas incluso contaban con chefs a bordo o platos diseñados por restaurantes con estrella Michelin. En las rutas intercontinentales, el avión se convertía en un pequeño hotel de lujo. Los Stratocruiser, por ejemplo, ofrecían una zona inferior con bar, donde los pasajeros podían charlar, fumar, tomar cócteles o simplemente pasear, algo hoy impensable en la mayoría de aeronaves. No se viajaba apretado, sino relajado, como si el cielo fuera un club privado en movimiento.

Pero más allá de los servicios tangibles, lo que definía esta experiencia era la sensación de importancia. El pasajero sentía que estaba viviendo algo especial, algo reservado para unos pocos. Había una clara diferencia entre quien viajaba por tierra y quien lo hacía por aire. El avión era la nueva aristocracia del transporte, y estar a bordo significaba, en cierto modo, formar parte de una élite global.

Además, en esta época, la vestimenta del pasajero decía tanto como su billete. No se volaba en chándal ni en zapatillas: los hombres llevaban traje y corbata;

las mujeres, vestidos elegantes, guantes, sombreros y bolsos de piel. El aeropuerto era una pasarela improvisada, y el vuelo, una oportunidad para mostrarse, ser visto y sentirse parte del selecto club de quienes “podían volar”.

Por todo ello, volar en la edad dorada no era solo llegar a destino. Era vivir un pequeño paréntesis de sofisticación, una experiencia que convertía el trayecto en parte esencial del viaje, y al pasajero en protagonista de un relato de modernidad y distinción.

El cielo como escaparate de la modernidad

Durante las décadas centrales del siglo XX, volar no solo era un privilegio o una experiencia, era una declaración de principios. En una sociedad que comenzaba a vivir de cara al futuro, el avión se convirtió en el símbolo más poderoso de progreso, velocidad y sofisticación. No solo un medio de transporte: un mensaje.

Las aerolíneas supieron interpretar este espíritu de época y se convirtieron en auténticos motores de construcción cultural. A través de sus campañas



publicitarias, no solo vendían billetes, sino aspiraciones, estilos de vida y visiones del mundo. Los anuncios mostraban a familias felices, parejas elegantes, ejecutivos decididos o mujeres modernas recorriendo el mundo con una copa de champán en la mano. La promesa era clara: volar te hacía mejor, más cosmopolita, más libre.

La estética de la aviación se coló en todas partes. En el cine, los aviones eran sinónimo de aventura y glamour, escenario de romances a 10.000 metros o de espías internacionales en tránsito. En la moda, el estilo “jet set” tomó inspiración directa de las cabinas: gafas oscuras, trajes de dos piezas, bolsos de mano con etiquetas de aerolíneas... hasta la forma de caminar en los aeropuertos se convirtió en tendencia.

Incluso los aeropuertos comenzaron a cambiar: de simples estaciones aéreas pasaron a ser espacios aspiracionales, modernos, luminosos, llenos de tiendas exclusivas, arte, diseño y movimiento. Lugares para ver y ser visto, donde el tiempo de

espera era parte del ritual.

Volar no comenzaba al despegar: comenzaba al pisar la terminal. Este proceso tuvo también una dimensión geopolítica. Las aerolíneas nacionales eran una forma de proyectar el poder blando de un país, mostrando

al mundo su capacidad tecnológica, su estilo, su hospitalidad. Viajar con Japan Airlines era entrar en la tradición japonesa; con Air France, en el refinamiento francés; con BOAC, en la sobriedad británica. Las compañías aéreas se convirtieron en vehículos diplomáticos, portadores de identidad.

Pero como toda era dorada, esta también tuvo un final. La irrupción del jet, la masificación del turismo, la liberalización del mercado y la llegada de los vuelos low cost cambiaron radicalmente el paisaje. Lo que había sido glamour exclusivo se convirtió en accesibilidad democrática. Una transformación necesaria, sí, pero no exenta de nostalgia.

Hoy, cuando viajamos con auriculares puestos y bandejas de plástico, cuesta imaginar que una vez volar fue una fiesta. Pero lo fue. Y lo fue porque en aquella época el cielo no solo era azul: era dorado. Era un lugar al que se iba no solo para llegar a otro país, sino para pertenecer a otro mundo.





Consolidador Aéreo Internacional

ACTUALIZAMOS NUESTRA IMAGEN,
MANTENEMOS NUESTRO GRUPO



MULTI IATA
EN 5 PAÍSES



CONEXIÓN NDC



DEPARTAMENTO
DE GRUPOS



CALENDARIO REAL
DE CUPOS



MULTI GDS



TARIFAS NEGOCIADAS:
ÉTNICAS, TTOO, ESPECIALISTAS,
DINÁMICAS Y PYMES.
PLAZAS EXCLUSIVAS Y CHARTER



MEMBRESÍA:
EMISIÓN A 0€

www.grupovdt.com

in f o y