NEXO

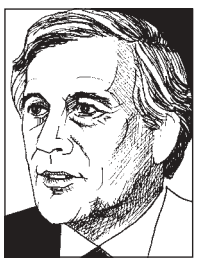
NEXOTUR®

Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NÚMERO 669 / AÑO XIII / SEMANA DEL 26 DE ABRIL AL 2 DE MAYO DE 2010 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo



ANTONIO TAJANI

Declaración de Madrid

PÁG. 8/ Bruselas apuesta por consolidar Europa como primer destino sostenible

PAUL DE VILLIERS

Salida a Bolsa

PÁG. 7 / Amadeus saldrá a Bolsa con un precio de entre 9,2 y 12,2 euros por acción

ZAIDA CARRILLO

Recuperar el mercado

PÁG. 8/ Venezuela quiere recuperar el emisor españoles que ha caído un 12%

ARTURO FERNÁNDEZ

Calidad y excelencia

PÁG. 7 / Para CEIM el Sector Turístico tiene que fomentar la calidad y la excelencia

LUIS FELIPE ANTOJA

Más ventas y miembros

PÁG. 12 / Avasa ha registrado un incremento de las ventas y del número de miembros

Iberia anuncia 'cambios' en el sistema retributivo de la agencia

El Sector confía en que la aerolínea 'siga respetando al canal'

El director general Comercial y de Clientes de Iberia, Manuel López Aguilar, aprovechaba el Congreso de UNAV-AGRUPA para anunciar "cambios en el apartado retributivo". En Iberia, "pensamos que es necesario crear un nuevo modelo que premie la calidad de los ingresos y el crecimiento y la fidelidad de la agencia", explica.

Antes de que finalice el año y, como explica López, "teniendo en cuenta la dura realidad", Iberia pretende "aplicar un modelo de comisiones justo" para las agencias y la aerolínea. Por su parte, los máximos representantes de FEAAV, UNAV y AGRUPA confían en que "Iberia siga respetando al canal", subrayando que "este nuevo equipo está por la labor de acercarse a las agencias", y no esperan un cambio a peor, aunque aseguran que "habrá que estudiarlo". ☞ ***Escaparate*** **en pág. 6**

Manuel López Aguilar, de Iberia.

Carmelo Hernández preside AMAVE.

El incremento del IVA provocará más cierres

Para el presidente de AMAVE la subida del IVA en julio provocará más cierres de agencias, que no podrán asumirlo. **Pág. 4**

IATA retira la licencia de venta a Viajes Marsans

IATA retira a Viajes Marsans la licencia para la venta de billetes, y le exige un aval de 20 millones de euros para recuperarla. **Pág. 14**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para nuestros suscriptores fieles. **Pág. 21**

El Turismo, damnificado por el volcán de Islandia

El sector aéreo pierde 185 millones de euros al día

Giovanni Bisignani

Tras la erupción del volcán Eyjafjalla en Islandia el 14 de abril, el Sector Turístico tiene que sumar a su situación, ya maltrecha por la crisis económica, un varapalo más. El sector aéreo, que comenzaba a vislumbrar una posible recuperación, ha visto cómo sus pérdidas se incrementaban en 185 millones de euros al día, al cerrarse el espacio aéreo en gran parte de Europa. Por su parte, agencias de viajes, turoperadores y hoteles han sufrido numerosas de cancelaciones, mientras que compañías de alquiler de coches, de autobuses, ferroviarias y navieras se han visto saturadas por la creciente demanda de pasajeros que necesitaban llegar a sus destinos. Las islas Baleares y Canarias han sido los destinos españoles más afectados, tanto en la entrada como salida de turistas, especialmente ingleses y alemanes.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 6**

Crece el 1,4% las ventas de las agencias tras 20 meses de caídas

En febrero, la cifra de negocio de minoristas y turoperadores ha experimentado un incremento del 1,4%. Aunque el aumento es leve, el dato es bastante positivo, ya que el último crecimiento registrado en el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) data de julio de 2008. En lo que respecta al empleo, el informe del INE revela que prosigue la destrucción del mismo. En febrero, agencias minoristas y mayoristas han contado con un 7% menos de asalariados respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Por su parte, los datos de producción bruta del BSP-IATA de España marcan en marzo por segundo mes consecutivo un incremento, en esta ocasión del 4%. Por otro lado, el acumulado del año, por primera vez desde el inicio de la crisis, se mantiene con valores estables y obtiene una producción bruta de 901,9 millones de euros.

☞ ***Escaparate*** **en págs. 12 y 14**

El Salón TurNexo Andalucía, el jueves 29 de abril en Sevilla

Los agentes de viajes tienen su ultima cita de los Salones de verano en TurNexo Andalucía el próximo jueves 29 de abril, en el hotel Al-Andalus en Sevilla, tras la celebración de los Salones TurNexo Euskadi y TurNexo Valencia los pasados 20 y 23 de abril. A partir de las 19:00 horas, los agentes de la Comunidad andaluza podrán reunirse con un amplio grupo de proveedores. El Salón contará con expositores destacados Catai Tours, Sol Meliá, Octo-pustravel y Travelport, así como grupos comerciales como Airmet. Los agentes que deseen acudir deben preinscribirse *online* en *www.turnexo.com*.

TurNexo
Preinscripción de Visitantes en www.turnexo.com

☞ ***Escaparate*** **en pág. 11**

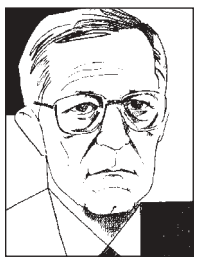
Ofrezca a sus clientes tantos vuelos como imagine a Latinoamérica.

En Iberia ponemos a su disposición 80 vuelos y 20.000 plazas mensuales más a Sudamérica y el Caribe. Volamos a 22 destinos en América y 40 en Europa y gracias a la alianza **one**world a 680 destinos en 134 países. Volar con Iberia es tan fácil como desearlo.

IBERIA

CLAVES

No a las oficinas expendedoras (y II)



VICENTE BLASCO

¿ESTÁ EL SECTOR Turístico en su totalidad implicado? ¿Está preparado? Mi opinión personal es que se está trabajando día a día con más ahínco. Bajo las directrices de la Unión Europea (UE), el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) colabora, más bien, participa de forma importantísima y a veces decisiva en las correspondientes directivas. Va sembrando en todos los subsectores, en unos las cosechas son mejores que en otros, pero la semilla está ahí fructificando. Hay que continuar con el mayor esfuerzo posible.

Y en todo esto, ¿cuál es el papel que deben desempeñar las agencias de viajes? Importantísimo. Las agencias de viajes no deben ser simples oficinas expendedoras de productos turísticos sino (y de ello depende en gran parte su futuro) asesores de viajes. Asesores que deben reunir entre otras las virtudes de la profesionalidad resumidas en conocimiento del cliente, conocimiento amplio del producto y claridad y veracidad en su información. A veces este elemento, la profesionalidad, no está demasiado extendido en nuestro Sector, pero tampoco es tema a desarrollar.

Como es bien sabido Alemania lidera desde hace algún tiempo la demanda de un Turismo sostenible, de un Turismo respetuoso con la naturaleza, con el medio ambiente, y así lo manifiestan sus mayores turoperadores, aunque no acepten incremento de precio. Esta corriente germánica se ha extendido hacía los países nórdicos y seguirá creciendo.

He ahí una labor clara del agente de viajes, del profesional. Convencer a su cliente y en base a lo que éste demande, que en este caso la relación calidad- precio juega un papel de suma importancia. Que en este producto turístico no hay subasta diaria de precios y que la garantía es total.

Y aquí viene lo más importante, todas las empresas que participan en ese producto final deben estar implicadas con total lealtad. Cumpliendo la normativa establecida al 110% y siendo capaces de rechazar a aquéllas que en sus actuaciones demuestren desidia, falta de interés, etc. Además la agencia de viajes, en la documentación que se facilita al cliente debe incluir una información necesaria y muy clara de las recomendaciones a cumplir durante su viaje, tanto en instalaciones como en playas, espacios naturales, etc.

Vicente Blasco es presidente de AEDAVE-Valencia. Ponencia Futuralia.

TRIBUNA

'En Ronda queremos desarrollar un servicio local de información sobre el clima ajustados a las necesidades del Sector Turístico y promover su utilización entre los agentes del Turismo e impulsar convenios de colaboración entre organismos de investigación', destaca el alcalde de la ciudad

ANTONIO Mª MARÍN

Cambio climático y Turismo (III)

ENTRE LAS ACCIONES por desarrollar se encuentran:

—Reclamamos apoyo financiero, técnico, de formación en nuestros destinos y a nuestros operadores turísticos para garantizar que podamos participar en el marco mundial de acción frente al cambio climático.

—Fomentar en todos los niveles: asociaciones, redes y sistemas de intercambio de información interdisciplinar que son esenciales para el desarrollo sostenible del sector.

—Crear un servicio local de información sobre el clima ajustados a las necesidades del Sector Turístico y promover su utilización entre los agentes del Turismo. En este sentido debemos aplicar medidas tendentes a reglamentar financiación, gestión, educación, comportamiento, entre otras, para que la adaptación y la mitigación sean efectivas.

—Todos debemos instar a que los temas ambientales y climáticos vigoricen en los planes de estudio de los centros de formación y se amplíen al sistema general de enseñanza.

—Impulsar convenios de colaboración entre organismos de investigación: universidades, administraciones, instituciones privadas, asociaciones y medios de comunicación para el desarrollo de acciones relacionadas con el cambio climático. En este sentido, con la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía estamos en condiciones de albergar en Ronda la Escuela de Energía, como ente de investigación y desarrollo de energías eficientes.

Se debe promover la creación de estructuras para el asesoramiento, apoyo y financiación de proyectos locales

—Elaborar y difundir material didáctico sobre el cambio climático y realizar actividades académicas y escolares relacionadas con este tema.

En el ámbito de la ordenación del territorio. El consumo energético y la emisión de gases de efecto invernadero están muy relacionados con los modelos territoriales. Estos modelos influyen en elementos tales como la generación de desplazamientos, el tipo de transporte que se fomenta, las tipológicas urbanas de consumo energético, la densidad urbana, etc. Por ello y desde la revisión actual del PGOU, el tratamiento preventivo debe ser el elemento prioritario en la selección de las alternativas posibles. La adecuada valoración de las necesidades de infraestructuras, la definición de criterios de ordenación territorial, la evaluación precisa de los impactos y la previsión presupuestaria para afrontar soluciones menos impactantes en el medio y la financiación de los sobre costes derivados de las medidas correctoras nos debe servir para dibujar un territorio sostenible y responsable.

Respecto a las acciones por desarrollar, sobresalen: incorporar en la revisión del PGOU el Plan de acción contra el Cambio Climático; fomento de la arquitectura bioclimática; estimular el uso de equipamientos más eficientes en el sector residencial; e impulsar la inspección del nuevo código técnico de edificación.

SAMPER

Ya dentro de las acciones desarrolladas pero en fase de elaboración están el diagnóstico ambiental de Ronda. En fase de elaboración y las Ordenanzas de Protección Ambiental de Ronda. Además, hemos elaborado un Plan de Eficiencia Energética Municipal. En este sentido debemos hacer especial hincapié en el desarrollo de normas técnicas sobre eficiencia y ahorro energético en el alumbrado público y en los eventos públicos; fomento de la utilización de bombillas de bajo consumo, del cambio de las calderas comunitarias de carbón o gasoleo por otras que empleen combustibles limpios, entre ellos la biomasa, de la utilización de paneles solares térmicos en nuevas viviendas, independientemente de su tamaño, así como en todos los equipamientos y edificios; refuerzo de programas de disminución de consumo de agua y de minimización en la generación de recursos; fomento de la eficiencia energética en los sectores pertinentes de la economía local; fomento de la promoción, desarrollo y aumento del uso de formas nuevas y renovables de energía; e incorporación de objetivos de movilidad sostenible en la planificación urbana y promoción en los desarrollos urbanísticos que no estimulen el uso del vehículo privado.

En el sector transporte las acciones destacan por promover la integración de la planificación territorial y urbanística con las del transporte.

Así se está llevando a cabo un programa de peatonalización progresiva en la ciudad de movilidad no motorizada. Debemos destacar el diagnóstico de accesibilidad para discapacitados que estamos desarrollando para Ronda, así como el proyecto de carril bici.

Hay que reforzar la incorporación de sistemas de gestión ambiental en las empresas del Sector Turístico

En las acciones por desarrollar se encuentran, por ejemplo, el potenciar el fomento de los usos de medios de transportes menos contaminantes; mejorar el servicio público de transportes ecológicos urbano; desarrollo de políticas de gestión y tarificación del aparcamiento en la ciudad, que estimulen el uso racional del vehículo privado; y la incorporación de criterios ambientales en el impuesto de matriculación, de modo que los vehículos resulten gravados en función de la contaminación que produzcan.

Los sistemas de gestión ambiental constituyen una extraordinaria herramienta para incorporar la sostenibilidad en el desarrollo empresarial y productivo, así como para el cumplimiento de la normativa ambiental. Por ello el apoyo a la implantación en el sector público local y privado de los SGMA, ISO 14001, EMAS y E2Mas son necesarios.

Respecto a las acciones por desarrollar, hay que establecer la obligación de que las empresas que colaboren con nuestra Administración pública local tengan implantados SGMA integrados, y los proveedores de las grandes empresas. Así como, promover compromisos voluntarios en relación al consumo energético y las emisiones GEI en las empresas no incluidas en el ámbito de aplicación de la ley 1/2005. Fomentar la introducción en los concursos públicos locales de contratación de servicios, la necesidad de presentar un informe sobre medidas a aplicar de eficiencia energética utilizadas. Establecer una estrategia de contrataciones públicas que incorpore criterios obligatorios de sostenibilidad. Promover con periodicidad reglada diagnósticos medioambientales del municipio.

También hay que potenciar las acciones formativas y de sensibilización sobre desarrollo sostenible. Establecer y realizar seguimiento de un sistema de indicadores de cambio climático que determinen la evolución y el cumplimiento de las medidas adoptadas. Fomentar por parte del Ayuntamiento proyectos turísticos y no turísticos que aumenten el potencial de reducción de GEI y que adopten modelo de desarrollo limpio. Promover la creación de fondos privados, mixtos y nuevas líneas de financiación con el fin de involucrar a la banca privada y a las instituciones financieras en este tipo de proyectos y compromiso con la comunidad local de Ronda. Promover a nivel local la creación de estructuras para el asesoramiento, apoyo y financiación de proyectos a empresas.

Ya, en las acciones desarrolladas se encuentran el fomento de nuestros ecosistemas naturales, reforestando y restaurando ecosistemas. Aumento de la superficie forestal (PGOU). Reforzar las acciones preventivas para evitar los incendios forestales. La promoción y fomento de la incorporación de sistemas de gestión ambiental en nuestras empresas turísticas y premiar las certificaciones ambientales (Normas ISO, 'Q' de calidad, EMAS, Parque Natural, etc.). De hecho se ha constituido una Asociación Mixta Pública y Privada para la promoción del Destino Turístico Ronda en la que la exigencia para pertenecer al citado ente estriba en que la empresa turística este certificada o en proceso de certificación.

Antonio María Marín Lara es alcalde de Ronda. Ponencia Futuralia.

OPINION

NEXOTUR
Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotelería) / Eduardo Santamaría *(Business Travel)* / Marta Ruíz *(Extras)* / Miguel Praga *(Gestión)* / Santiago Larroreda *(Suplementos)* / Andrea Pilar Bulla *(Reuniones)* / Nora Cámara (Fotografía) / Josep Marqués *(Opinión)* / José Soria *(Indicadores)*, María Antonia Martín *(Consultorio Profesional)* / José Ignacio Samper Montes *(Arte e Ilustración)* / Enrique Arenós 'Quique' *(Humor)*

COLUMNISTAS: Julio C. Abreu / Isabel Albert / César Duch Dr. Venancio Bote / Gonzalo García / Covadonga G.-Quijano Iñaki Muñoz / Prof. Manuel Figuerola / Enrique Hernáez Juan Carlos Mañas / Claudio Meffert / Carlos Vogeler

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto *(Director)*

NEXO editores s.a.
Redacción y Administración
Lope de Vega, 13. 28014 Madrid
(91) 369 41 00 / (91) 369 18 39
E-Mail: coordinacion@nexotur.com

Director de Desarrollo y Publicaciones: José Arquero Hidalgo
Director Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña
Director Jurídico del Grupo NEXO: Santiago Moratalla Salvador
Director de Informátización y de Procesos: José Miguel Candela

DEPARTAMENTOS / Marcas: Manuel Lanza Murciano *(Director)* Facturación: Lourdes Sánchez *(Coordinadora)* y María José González Personal: Pilar de La Hoz *(Jefe)* / Distribución-B.D.: Mercedes León Administración: Paloma Díaz / Suscripciones: Concha López Secretaría de Redacción: Sara Medina / Base Datos: Mar Fernández

PUBLICIDAD / Departamento Propio: Nexopublic Srl (Grupo NEXO) MADRID: Mercedes León y Yolanda Pola / BARCELONA: Pepita Hernández

Servicios Editoriales: Aconfisa *(Asesoría)*, Nexopublic Srl *(consultoría)*, Nexo Creativo *(Publicidad-Diseño)*, *TurNexo (Ferias)*, *Nexotel Srl (Información Electrónica)*, Nexodata *(Bases de Datos)*, Microprint SA *(Fotomecánica)*, Gráficas de Prensa Diaria SA *(Impresión y Papel)* y National Post SA *(Emblistado y Distribución)*

NEXOTUR, Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes, es un Semanario independiente de los intereses del Sector Turístico Español

® NEXOTUR es una Marca Registrada de Nexo Editores SA (Grupo NEXO)
© Copyright NEXO EDITORES SA Y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

Depósito Legal TO-133/1996 / Impreso en España
ISSN (Internacional Standard Serial Number): 1139-5966
Tirada de este Número: 12.500 ejemplares

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

Redescubriendo al agente

ÉXITO DEL CONGRESO UNAV-AGRUPA. Y, sobre todo, éxito para el papel del agente. La intermediación salió reforzada el miércoles 15 de abril del primer gran encuentro de la Asociación empresarial decana y los principales Grupos comerciales de agentes.

Tras casi una década de cuestionamiento de la intermediación tradicional, los grandes transportistas están redescubriendo al agente de viajes. En un tono radicalmente diferente, desde el respeto y la empatía al Sector, el director general comercial y el director de Ventas España de la compañía se deshacen en guiños hacia los agentes.

El anuncio de Iberia, apenas enunciado, del cambio en su sistema de remuneración, corrobora la estrategia comercial del primer proveedor de las agencias emisoras.

> *El "agrega valor o desaparece" de ayer, se ha sustituido por "vende, cobra y paga", aunque la asignatura pendiente es "direccionar ventas", acabando de una vez con el "café para todos"*

Vender (y cobrar lo vendido) es, cada día más, oro puro. La caída libre de la demanda de viajes y vacaciones viene a reafirmar la necesidad y valor de la gran fuerza de ventas.

Atrás quedó la época (los "buenos tiempos") en que los billetes de avión no se vendían, sino que se expendían. Recuérdense proyectos tan peregrinos, puestos en marcha por Iberia, como el dislate de colocar máquinas de *vending* en estancos o expendedurías de Tabacalera, con la absurda pretensión de sustituir al agente. Objetivo al que se aplicó con ahínco la anterior dirección de Iberia (hoy felizmente relevada) con la venta directa *online* en su *web*. Alentando a los consolidadores (revendedores más bien) en Internet. Pretendidos caballos de Troya de la comercialización tradicional que, a la vista de lo ocurrido con Terminal A, han demostrado ser peligrosos gigantes con pies de barro.

Los proveedores líderes han coincidido en el gran Congreso de Madrid en expresar su apoyo y lealtad al Sector, ya sean aerolíneas (Iberia), tren (Renfe), turoperadores (Travelplán), cruceros (MSC), alquiler de coches (NationalAtesa) y, por supuesto, los GDS (Amadeus y Travelport). Un cambio radical que responde a la reiterada exigencia expresada por Asociaciones y Grupos durante años, a la que NEXOTUR ha servido siempre de incansable altavoz, comprometiendo con tan justa reivindicación su línea editorial, en contraposición con quienes tiraban la toalla o se entregaron con armas y aperos a las tesis de sus grandes anunciantes.

El mantra "agrega valor o muere", con el que se ha puesto en jaque durante la última década la pervivencia de las agencias, ha perdido validez. Hoy la consigna es mucho más sencilla: "vende, cobra (al cliente) y paga (al proveedor)".

Y en esta lógica de perogrullo hay otro axioma que el Sector no puede permitirse seguir ignorando: hay que direccionar las ventas. Cada agencia ha de elegir los proveedores más convenientes, tanto para sus clientes (por la calidad de su producto) como para su rentabilidad (por los ingresos que reporta). Es el momento de establecer alianzas, seleccionando qué hay que vender ...y qué no. Excluyendo aquellos proveedores que no aporten valor al agencia, y potenciando a los que ofrecen un mejor servicio y una mayor remuneración. El *café para todos* se acabó, y debe pasar a ser historia.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲check-in / *GRANDES OPERADORES*

El baile de los ejecutivos

La víspera de la comparecencia ante el Sector del presidente de Orizonia (Iberojet), Gabriel Subías, y del director general Travelplán (Globalia), José Duato, Carlyle destituyó fulminantemente al primero y nombró al segundo su sustituto. La noticia corrió como la pólvora por los mentideros del Turismo, entre el consabido morbo de empresarios y profesionales.

Los fondos de capital-riesgo Carlyle y Vista, propietarios de Orizonia, venían manifestando su malestar por la gestión de Subías, que pretendía dedicar recursos a la compra de Viajes Marsans, mientras los accionistas exigían resultados operativos.

Gabriel Subías, un ejecutivo criado a la vera de Miguel Fluxá (con quien, previsiblemente, volverá) y para quien el objetivo siempre ha sido ganar tamaño, pero no dinero, no reunía a juicio de los accionistas lo atributos del gestor que Orizonia necesitaba para afrontar los difíciles tiempos actuales.

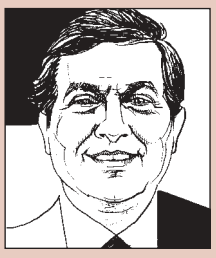
José Duato, que había ido asumiendo mayores responsabilidades en Globalia, hasta convertirse en mano derecha de Hidalgo, es el ejecutivo que responde a lo que Carlyle y Vista Capital necesitaban: un gestor prudente y eficaz muy ligado a lo financiero.

Duato culmina así un periplo sin precedentes en los grandes grupos turísticos: desde la máxima responsabilidad en el Grupo Marsans, abandonando a Díaz Ferrán y Pascual para incorporarse al Grupo Iberostar, en donde fue relevado por Miguel Fluxa a raiz de un conflicto personal con Subías, siendo recuperado por Juan José Hidalgo para dirigir Travelplán, hasta su reciente incorporación a Orizonia.

Una carrera excepcional para un directivo único.

☆personaje de la semana / *Manuel López*

El flamante director general comercial de Iberia, acompañado del director de Ventas España y de su equipo, se estrenó el jueves 15 de abril con una feliz intervención en el Congreso de UNAV-AGRUPA. Desde la empatía y respeto



al agente de viajes, Manuel López anunció un cambio en el modelo de retribución que pasará por incentivar a quien apueste por Iberia. El agente se consolida así como el eje de la orientación hacia el cliente en su nueva estrategia comercial.

la chispa / *Quique*

▼check-out / *TRÁFICO AÉREO*

Los efectos del volcán

Es lo que le faltaba al transporte aéreo. La inmensa nube de ceniza procedente de la singular erupción de un volcán en Islandia ha sido peor para el tráfico aéreo de la Unión Europea que los efectos del atentado a las Torres Gemelas en Estados Unidos.

Aunque se adelantó la cifra de pérdidas para las compañías aéreas (150 millones de euros diarios), están por ver los efectos de esta catástrofe natural sobre la economía europea, en general, y especialmente sobre el Turismo y los viajes.

Aunque, afortunadamente, la temporada turística está en uno de sus períodos anuales de menor actividad, el efecto sobre el Turismo de Negocios no ha podido ser más perjudicial. Las ferias, congresos y convenciones (que sí tienen en estas fechas su temporada alta) se han visto seriamente afectadas, al igual que los viajes de negocios y, de rebote, actos relevantes de la Presidencia Europea.

Todas las compañías aéreas y buena parte de los aeropuertos han sufrido un parón sin precedentes, ante la necesidad de prevenir el riesgo cierto para los motores de los aviones y, por ende, de preservar la seguridad de los pasajeros. Una situación que ha llevado al colapso a otros modos de transporte, obligando a los agentes de viajes a asumir anulaciones y un sobresfuerzo en la atención al cliente.

Frente a la impecable actuación de la inmensa mayoría de profesionales del Sector, un punto oscuro de lo ocurrido se sitúa en los elevados precios de servicios de transporte ofrecidos por algunos hoteles y determinados proveedores, incurriendo en abusos que dan una pésima imagen del Sector.

El año 2009 es para olvidar / Se habla de más de 1.000 agencias cerradas / El presente ejercicio todavía será difícil y costará mucho cumplir objetivos y mantener las empresas en funcionamiento / AMAVE mantiene una magnífica relación con las principales Asociaciones / Francia ha aplicado una rebaja en el IVA que grava los servicios turísticos, dejándolo en el 5 %

«El objetivo prioritario de AMAVE es mantenerse viva»

Carmelo Hernández / Presidente de AMAVE

El presidente de la Asociación de Mayoristas de Viajes de España (AMAVE), Carmelo Hernández, analiza en una entrevista concedida a NEXOTUR los resultados obtenidos en un año "marcado por la pérdida de rentabilidad, la progresiva falta de liquidez y el descenso de la facturación". Hernández, que augura un 2010 "difícil", se marca como principal objetivo que la Asociación "se mantenga viva", ya que están pendientes de cómo se resuelva el asunto de la Comisión Nacional de Competencia, "que puede llegar a significar el fin de casi todas las Organizaciones".

P.- Describa la situación que ha atravesado el Sector de agencias de viajes en 2009.

R.- Este año ha sido para olvidarlo. La crisis económica es general y ha tenido una gran incidencia en nuestro Sector. En consecuencia, se ha producido un descenso en la facturación, una pérdida de rentabilidad y una progresiva falta de liquidez, que ha ido conduciendo a un permanente goteo de empresas que han tenido que cerrar. Los créditos ICO, que sí han llegado a los hoteles, no han llegado a las agencias de viajes.

La subida del IVA provocará un aumento de las agencias de viajes que tendrán que cerrar

P.- ¿Cuántas agencias calcula que han cerrado en este año?

R.- No sé si existe algún registro nacional que refleje estas cifras. Se habla de más de 1.000 agencias cerradas en 2009. A éstas hay que sumarles los cierres que se produjeron en 2008, año en el que la desaparición de puntos de venta ya fue importante.

Atendiendo a los datos del último trimestre sí podemos esperar alguna mejoría en este ejercicio

P.- ¿Qué espera de 2010? ¿Cree que comenzará la tan ansiada recuperación del Sector?

R.- Como es lógico, la mejoría en los viajes de los españoles será consecuencia de la recuperación económica general, de la creación de empleo y de la cantidad de dinero líquido que manejen. Creo que 2010 todavía será un año difícil, en el que va a costar mucho cumplir objetivos y mantener las empresas en funcionamiento. Atendiendo a los datos del último trimestre de 2009 y, en especial a los de diciembre, sí podemos esperar alguna mejoría para este ejercicio.

P.- ¿Cuáles son los principales retos de AMAVE para este año?

R.- El objetivo prioritario de AMAVE es mantenerse viva. Las principales Asociaciones del Sector están pendientes de cómo se resuelva el asunto de la Comisión Nacional de la Competencia, que puede llegar a significar el final de casi todas.

Más allá de esta cuestión, nuestra Asociación tiene como prioridad continuar trabajando para lograr una mejora en la competitividad en el Sector. En primer lugar, conseguir un adecuado equilibrio en cuanto a la carga fiscal que soporta nuestra actividad, sobre todo el IVA, así como la mejora del Régimen Especial. En segundo lugar, y no por ello menos importante, la formación permanente de nuestros profesionales.

P.- ¿En qué se encuentra trabajando en la actualidad la Asociación?

R.- Tenemos en marcha un Plan de Formación para Agentes de Viajes, que está teniendo un gran éxito. Además, seguimos colaborando con el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y la Secretaría de Estado de Turismo en nuestro compromiso de potenciar la 'Q' de Calidad. De la misma forma, estamos llegando a acuerdos con Comunidades autónomas y Ayuntamientos que buscan incrementar la colaboración con distintas Administraciones, para aportar nuestro grano de arena en la promoción de los destinos.

P.- ¿En qué medida es importante la existencia de una voz unificada en el Sector de agencias?

R.- Cada día es más necesaria, pero no es tan importante la existencia de una sola voz, como el hecho de que trabajemos todos unidos para la consecución de los objetivos que requiere el Sector. Un claro ejemplo lo tenemos actualmente con la creación y funcionamiento del llamado Grupo de Trabajo Agencias de Viajes e IVA, donde nos hemos unido las Asociaciones más representativas con la mayor parte de las grandes empresas de nuestro Sector. De esta manera, estamos planteando nuestros problemas, tanto al máximo nivel de la Administración Turística Central, como ante los distintos grupos parlamentarios, realizando una tarea conjunta y logrando una optimización de los recursos económicos de las Asociaciones.

P.- ¿Cómo son las relaciones de AMAVE con otras Asociaciones?

R.- Cada vez mejores. Hay una magnífica relación con las dos Asociaciones nacionales (AEDAVE y FEAAV), con las que continuamente participamos en diferentes foros y mantenemos una postura común.

P.- ¿Qué opinión le merece la 'guerra de precios' llevada a cabo por las grandes redes?

R.- No me gusta el término. La guerra debe quedar lo más apartada posible. Creo en la libertad de mercado y en la libre empresa. Son tiempos difíciles en los que hay que ser imaginativos y cada empresa, grande o pequeña, debe intentar conseguir sus objetivos con la estrategia que considere más favorable a sus intereses. Sin embargo, lo deseable sería hacerlo buscando dar el mejor servicio y lograr una buena rentabilidad, pero eso no siempre es posible. Pienso que los medios de comunicación deberían ser más didácticos y menos sensacionalistas, situando este comportamiento del mercado dentro de lo que es normal en una economía libre y donde debe primar la competencia entre los distintos actores por encima de todo.

P.- ¿Quién está saliendo peor parada de la crisis económica, las grandes o las pequeñas?

R.- No creo que sea solamente un problema de tamaño. Más bien pienso que todo depende de la situación en que a cada uno le haya llegado la crisis. También tiene mucho que ver el tipo de producto y de clientes que tenga la agencia. Las claves están en la buena gestión, la adopción de medidas adecuadas, el análisis de la clientela y, en suma, la optimización de todos los recursos de la empresa.

P.- ¿Qué opina del nivel de formación de los agentes? ¿Ofrecen algún tipo de oferta educativa?

R.- Ya he comentado que es uno de los objetivos prioritarios de AMAVE. En la actualidad tenemos en funcionamiento un programa de formación *online*, totalmente gratuito para todos los agentes de viajes de España. Se puede acceder a él a través de *www.amave.org*.

P.- En julio sube el IVA. ¿Qué opina sobre esta medida?

R.- Es un error, que se acrecienta, además, con la negativa a posponer su entrada en vigor hasta pasada la temporada de verano, como se había pedido. De todas formas, las agencias de viajes estamos sufriendo una discriminación en este asunto, con un IVA hasta ahora del 16%, frente a otros como hoteles y transportes, que tienen un tipo del 7%. Francia sí ha aplicado una rebaja en el IVA que grava los servicios turísticos, dejándolo en el 5 %. No podemos extrañarnos que sigan estando siempre en el primer lugar en recepción de turistas.

P.- ¿Cree que este incremento provocará una caída aún mayor en el consumo de productos turísticos?

R.- Lógicamente se producirá una contracción en el consumo, pero no se apreciará demasiado en el Sector, porque esa subida va a tener que ser asumida por las agencias, que difícilmente podrán repercutir al cliente ninguna subida de precios. Lo que sí va a provocar es un aumento en el número de agencias que tendrán que cerrar y más incremento del paro, ya que va a ser difícil que se refuercen las plantillas para la temporada alta, justo cuando se aplicará la subida.

P.- El medio *online*, ¿una amenaza o una oportunidad?

R.- Hay que mirar a Internet con todas sus ventajas e inconvenientes. Mediante un análisis de nuestra propia empresa y su capacidad de evolución y mejora, lo debemos convertir en una gran oportunidad.

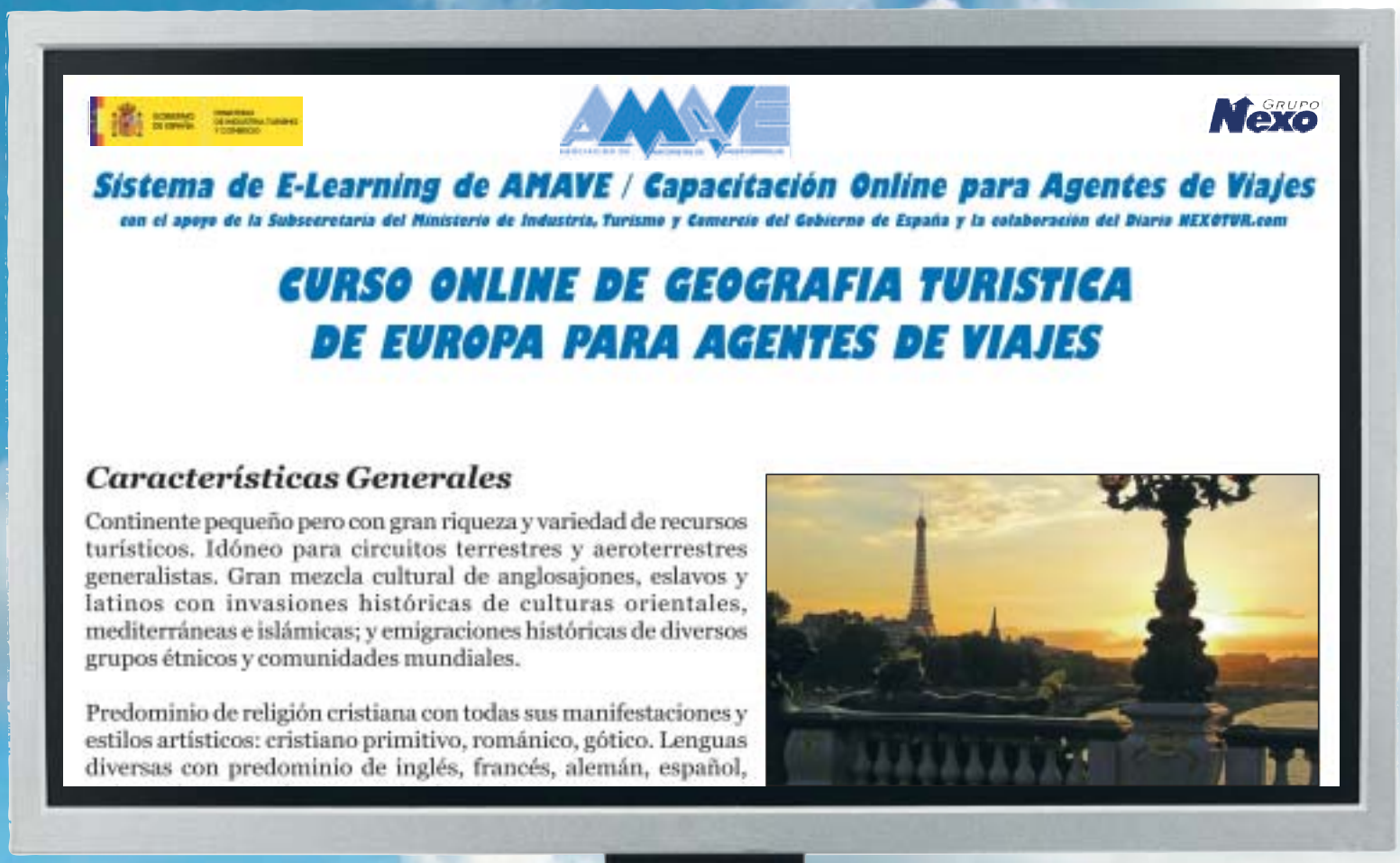
Las claves: calidad, formación e innovación

Calidad, formación, especialización, utilización de las nuevas tecnologías, puesta en valor de las garantías ante el consumidor que ofrecen las agencias de viajes, consolidación de toda la oferta, servicio personalizado mediante mejora de las bases de datos de clientes y su actualización permanente para desarrollar un *marketing online* y aprovechamiento de las instalaciones que tiene la agencia ante la situación provocada por la adaptación de la Directiva Bolkstein. Esta es, desde mi punto de vista, la adaptación que deben realizar las agencias españolas.

Carmelo Hernández

Asimismo, hay que mirar a Internet con todas sus ventajas e inconvenientes. Mediante un análisis de nuestra empresa y su capacidad de evolución, lo debemos convertir en una gran oportunidad.

Finalmente, entre los diferentes productos comercializados, los que ofrecen una mejor relación calidad-precio son los que resisten. El cliente sabe bien lo que quiere y hay que darle lo que pide. Por ejemplo, los cruceros se han consolidado como uno de los productos más demandados.



Plan de Formación 'on-line' de la Asociación AMAVE

- Curso *Geografía Turística de Europa*
- Curso *Geografía Turística de Oriente Medio y Norte de África*
- Curso *Geografía Turística de África*
- Curso *Geografía Turística de Asia y Oceanía*
- Curso *Geografía Turística de Caribe, México y Centroamérica*
- Curso *Geografía Turística de Sudamérica*
- Curso *Geografía Turística de España*
- Curso *Geografía Turística de Norteamérica*

Los profesionales pueden realizar gratuitamente los cursos y obtener su Diploma acreditativo en:

www.nexotur.com

Sistema de E-Learning Profesional de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE)
(Programa de Capacitación Online para Agentes de Viaje)

Realizado con la Ayuda de la Subsecretaría del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España
y la Colaboración Técnica de las empresas Nexotel, Nexo Telemático Srl, Nexo Editores Srl y Nexopublic Srl (Filiales del Grupo NEXO)
Sistema de E-Learning Propiedad de la la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE)
Sede Social: Calle Leganitos, 35. 28013 Madrid (España). Tel. (+34) 91 541 37 86 / Web: www.amave.org

escaparate

El gasto turístico cae un 3% en el mes de febrero

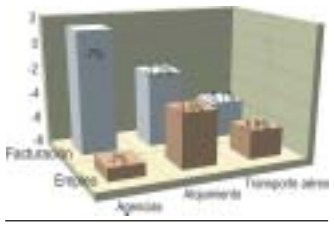
Tras un buen comienzo de año, los visitantes internacionales vuelven a recortar su desembolso en España. En el mes de febrero, el gasto se sitúa en 2.534 millones de euros, un 3,5% menos que el año anterior. **Pag. 32**

Evolución mercados emisores

Las agencias facturan un 1% más que hace un año

Aumenta ligeramente el volumen de negocio de las agencias. Después de 20 meses consecutivos de bajadas, las agencias facturan en febrero un 1,6% más. Si bien se mantiene la destrucción de empleo. **Pag. 14**

Facturación y empleo en febrero



La producción del BSP aumenta un 4% en marzo

En el mes de marzo, la producción total del BSP de IATA-España ha experimentado un incremento del 4%. Por segundo mes consecutivo las ventas de billetes aéreos muestran una evolución positiva **Pag. 12**

Prontuario

El Turismo de Madrid pierde un icono (I)

ANTONIO CABALLOS

LA VERDAD ES QUE yo no sé qué tiene que ver la gimnasia con la magnesia, me entero de que el Valle de los Caídos cierra, y me da igual que sea total o parcialmente. Ello significa que la Comunidad Madrid pierde uno de sus *highlights* turísticos y que la zona de la Sierra del Guadarrama se verá perjudicada en una importante minusventa turística, ya sea ésta en forma de comidas, de gasolina de servicios, estancias, etc., pues la excursión a San Lorenzo del Escorial quedará reducida.

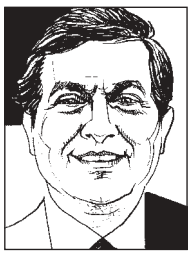
Otros países tienen también monumentos quizá políticamente incorrectos —o correctos, no entro en cuestiones políticas sino turísticas y por ende económicas—, pero entendiendo que con buen criterio han primado los intereses turísticos sobre las miopías políticas. Y para muestra valen varios botones Auschwitz, Mauthausen, Buchenwald (y otros campos de concentración), Nürenberg, la casa de Ana Frank, los hitos históricos de los bandos contendientes en las I y II guerras mundiales, sin contar con mausoleos, monumentos conmemorativos de uno y otro signo, como el cementerio alemán de Le Cambe, o el norteamericano de Margraten, también el Check Point Charly de Berlín (hoy museo) y otros lugares y cosas más. Tantos y tantos son que sería difícil incluso hacer una mínima reseña (¿o es que todos esos monumentos no pueden producir escozores, admiración, asco, agrado o salpullidos a los europeos de una u otra idea?). No entraré en los castillos cruzados del cercano oriente y ni en muchos etcéteras en todos los continentes del mundo mundial que están en plena explotación turística, como polos de atracción de visitantes y por ende de riqueza.

Antonio Caballos es presidente de AEDAVE-Madrid.

Las agencias ven lógica una retribución variable y muestran su confianza en la directiva de Iberia

La compañía aérea pretende realizar un 'ligero retoque', asegurando que 'no es posible mantener el modelo actual'

El Sector de agencias de viajes confía en el nuevo equipo directivo de Iberia. Tras el anuncio de la modificación del modelo retributivo, prevista para antes de que finalice el presente ejercicio, los máximos representantes de FEAAV, UNAV y AGRUPA no esperan un cambio a peor, aunque aseguran que "habrá que estudiarlo". Por su parte, la compañía aérea asegura que "seguirá respetando al canal de agencias de viajes".



Manuel López

Reacciones positivas ante el cambio del modelo retributivo por parte de Iberia. Tras ser anunciado por el director general comercial y de clientes de la compañía aérea, Manuel López , representantes del Sector consultados por NEXOTUR confían en que "Iberia siga respetando al canal". El presidente de la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA), José Luis Ramil, apunta que "todo lo que sea mejorar la remuneración para las agencias de viajes es bueno, aunque habrá que estudiarlo con los responsables de Iberia". Ramil subraya que "este nuevo equipo esta por la labor de acercarse al canal".

En esta línea se pronuncia el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, quien destaca que "es un proveedor que escucha y valora a las agencias, por lo que no creo que los cambios que puedan hacer repercutan negativamente a su principal canal". Finalmente, el máximo responsable de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, considera que un sistema de retribución variable "parece lo más lógico".

Aunque aún se encuentra en proceso de definición, Iberia pretende realizar "unos retoques" para "premiar la fidelidad, la riqueza del ingreso y el crecimiento de las ventas, ya que en los últimos años hemos ido cayendo un porcentaje muy importante", explica el director de ventas de la aerolínea, Víctor Moneo. Con esta modificación, cuya aplicación está prevista para antes de que finalice el año, la compañía aérea pretende "aumentar las ventas a través de este canal fundamental". "Buscamos un modelo que incentive a las agencias de viajes y que las anime a dirigir hacia Iberia sus ventas", añade Moneo.

Aunque entiende la expectación del canal, el director de ventas aclara que "no estamos pensando en un cambio radical, sino en aplicar retoques". "Ni vamos a dar más ni a quitar, simplemente vamos a redistribuir la aportación que hacemos", concluye. Por su parte, el director general comercial y de clientes de Iberia recuerda que "teniendo en cuenta la dura realidad, es imposible mantener el sistema tradicional". Si bien apunta que "nuestro propósito es llegar a un modelo justo para todos".

El Sector asegura que si las aerolíneas reciben ayudas pedirá 'la parte que nos corresponde'

Salgado no descarta compensar al sector aéreo por el colapso, aunque avisa que 'hay que esperar'

La interrupción del tráfico aéreo motivada por la nube de ceniza de un volcán islandés "tendrá unas consecuencias económicas significativas", confirma la Organización Mundial del Turismo (OMT). Además de las pérdidas del sector aéreo, que podría rondar los 1.600 millones de euros, cabe recordar que Europa recibe cada año 240 millones de turistas internacionales por avión, es decir, 700.000 al día, que generan unos ingresos anuales de unos 150.000 millones de euros. Solamente en España, las pérdidas semanales del Sector Turístico "superarán los 450 millones de euros", según estimaciones de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Por este motivo, aunque, evidentemente, las compañías aéreas han sido las grandes afectadas, el Sector de agencias de viajes asegura que también "ha sufrido muchas pérdidas" por las cancelaciones, que de extenderse podrían alcanzar "dimensiones catastróficas". Por ello, ante el anuncio de la ministra de Economía y Hacienda, Elena Salgado, que no descarta compensar a las aerolíneas, las principales Organizaciones empresariales se plantean la posibilidad de acogerse a estas ayudas.

En este sentido, el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, asegura que este "costoso episodio" es "un motivo más" para alentar la percepción compensaciones, ya sea mediante deducción de impuestos, aplazamiento de pagos o mayor acceso a la financiación. Por su parte, el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, que recalca que muchas agencias se están viendo obligadas a sumir algunos costes, confirma que en caso de establecerse ayudas para el sector aéreo "solicitaremos la parte que nos corresponde". Al respecto, Gallego advierte de que si la situación se prolonga podría alcanzar unas dimensiones "trágicas". También la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE), pide al Ejecutivo que "tengan en cuenta el lucro cesante y el trabajo que están ofreciendo las agencias".

'Medidas desproporcionadas'

La gestión de la Unión Europea (UE) ha sido objeto de críticas por parte de las compañías aéreas. La decisión de cerrar la práctica totalidad de los espacios aéreos desde el jueves 15 de abril, así como la tardanza para organizar la teleconferencia entre los ministros de transportes, que esperaron al martes 20 de abril para aceptar la apertura progresiva del espacio aéreo, no ha gustado en el sector aéreo. Por un lado, el director general de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), Giovanni Bisigniani, denuncia que "tuvieron que pasar cinco días para organizar una teleconferencia entre ministros de Transporte", reclamando, además, que "las decisiones deberían estar sustentadas en hechos reales". Por su parte, el presidente de la Asociación Española de Compañías Aéreas (AECA), Felipe Navío, observa una "desproporcionalidad entre la situación y las medidas que ha propuesto la UE".

Los seis días durante los que ha estado interrumpido el tráfico aéreo han afectado, especialmente, a los destinos más dependientes de este medio de transporte. En España, Canarias y Baleares, han acogido sendas reuniones entre los representantes del Gobierno y del Sector Turístico. Tras dichos encuentros, los representantes de Turismo de ambas Comunidades han mostrado su "gran preocupación", tildando la situación de emergencia insostenible".

UCAVE lamenta la bajada de expositores en el SITC

La Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE) ha sentido la bajada del número de expositores en el Salón Internacional del Turismo de Catalunya (SITC). La Asociación lo atribuye a la crisis y a la presencia de oferta de expositores que no son agencias legalmente constituidas. Así, afirman que "UCAVE apuesta por la paulatina profesionalización de este salón".

La CNMV aprueba la salida a Bolsa de Amadeus

Amadeus saldrá a Bolsa con un precio de entre 9,20 y 12,20 euros por acción. Tras la aprobación de la operación por parte de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), se prevé comience a cotización en la Bolsa de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao sea el 29 de abril. El presidente de Amadeus, David V. Jones, asegura que "esta oferta pública de venta de acciones supone un hito importante".

El usuario tiene poder de decisión con la Red

Para el director general de Google Travel Spain, Javier González, la principal evolución que ha provocado Internet en el Sector Turístico es "la capacidad de decisión del usuario". Este cambio ha hecho que "los proveedores tengan que ser cada vez más competitivos". Aún así, aclara que no debe verse a la Red como un "enemigo", sino más bien como "un elemento adicional para su capacidad de gestión".

Fycma aporta a Málaga 94 millones de euros en 2009

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) ha aportado 94 millones de euros a la ciudad en 2009, impactando directamente en la hostelería, la restauración, el transporte y el ocio, entre otros. La desestacionalizadión, la creación de empleo y la repercusión mediática de la ciudad, son otros de los beneficios generados por la actividad del recinto.

CEIM: 'Es necesario que los retos del Sector Turístico pasen por fomentar más la calidad y la excelencia'

Fernández: 'Tanto el Ayuntamiento como la Comunidad están apostando por hacer de Madrid un escaparate turístico'

Arturo Fernández

Reelegido presidente de la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM) el pasado 24 de marzo, Arturo Fernández confirma que el "Sector Turístico se encuentra entre los principales motores de la economía madrileña, por su gran capacidad para generar empleo y riqueza". Al respecto, destaca que "las empresas turísticas han conseguido mantener la demanda y situar a la región en un lugar destacado pese a la crisis y a la difícil situación económica". "Este buen dato es el resultado de la capacidad de adaptación de los empresarios, que han bajado los precios de los establecimientos sin mermar la calidad", apunta.

Asimismo, el presidente de CEIM destaca la actuación de las administraciones públicas, las cuales "confían en el Turismo como factor de competitividad, realizando importantes campañas de promoción en los principales mercados". "Tanto el Ayuntamiento como la Comunidad están desarrollando una apuesta decidida por hacer de Madrid un escaparate turístico", añade.

Pese a la fortaleza del Turismo receptivo, Fernández asegura que "no podemos pasar por alto el debilitamiento que ha sufrido el Sector Turístico". Ante esta situación, que "ha provocado un severo ajuste en los márgenes empresariales", hace hincapié en la necesidad de "seguir fomentando la calidad y la excelencia". Así, anima a "hacer todos los esfuerzos posibles en formación, ya que tenemos que contar con los mejores recursos humanos y los más cualificados".

Otros de los retos que según Fernández debe fijarse el Sector son "la dotación de nuevas y mejores infraestructuras que faciliten la llegada de nuevos visitantes y la internacionalización de nuestras empresas turísticas". Por último, "pero no menos importante", aconseja "explorar nuevas oportunidades de negocio, manteniendo un equilibrio entre el crecimiento económico y el medioambiente, es decir, un nuevo modelo turístico rentable y sostenible". Finalmente, preguntado por las acciones desarrolladas por la Comisión de Turismo de CEIM, Fernández explica que "en la actualidad está centrada en poner en marcha las recomendaciones del Libro Blanco de Turismo de Madrid", elaborado conjuntamente con la Cámara de Comercio.

Canarias, en el programa piloto de Turismo senior

El ministro de Industria, Turismo y Comercio de España, Miguel Sebastián, ha anunciado que "en los próximos días" firmará con Canarias el programa Turismo Senior Europa. De esta manera, amplía el proyecto piloto, lanzado en Baleares y Andalucía (dotado con un presupuesto de 11 millones de euros) para promover la llegada de turistas senior en temporada baja.

Andalucía pide un cambio en el modelo productivo

El consejero de Turismo de Andalucía, Luciano Alonso, ha animado al Sector a impulsar un "cambio" en el modelo productivo del Sector andaluz que "multiplique la responsabilidad de los agentes y potencie los resultados económicos y la creación de empleo". Además, ha subrayado que Andalucía "ha tenido que tomar las riendas de su destino" para "minimizar los efectos de la crisis".

El 58% de las empresas recortaron en sus viajes

El 58% de las empresas españolas recortaron los viajes de sus empleados durante 2009, según un estudio de Towers Watson. La tendencia para 2010 es que se incremente este porcentaje para hacer frente a la crisis económica. Towers Watson indica, que este es el segundo parámetro, tras la congelación o reducción de las contrataciones de nuevos trabajadores (64%), para hacer frente a la crisis.

Alsa incorpora ocho buses Travego de Mercedes Benz

Alsa amplia su flota de 2.300 vehículos con la incorporación de ocho Travego L de Mercedes Benz de 14 metros y 38 plazas. Los autocares serán destinados a los Servicios Clase Supra de Alsa. La configuración y equipamiento, sumado a la distribución de sus butacas 2 +1 ofrecen un servicio exclusivo a sus pasajeros. Otra de sus ventajas es el asistente activo de frenada (ABA).

La UE apuesta por consolidar Europa como primer destino sostenible, con la Declaración de Madrid

La OMT ha dado la bienvenida al compromiso de la UE de fortalecer el Turismo con la aprobación de la declaración

Los ministros de Turismo de la Unión Europea (UE) han aprobado la Declaración de Madrid por un Turismo sostenible y responsable. El objetivo es "consolidar a Europa como primer destino turístico", ha asegurado el vicepresidente de la Comisión Europea (CE), Antonio Tajani. El acto se ha desarrollado en I Foro Europeo de Turismo, celebrado en Madrid los días 14 y 15 de abril, aprovechando la presidencia europea de España. Ha contado con la participación de los ministros de Turismo de los Estados miembros y de los representantes de Turismo de la UE.

La Unión Europea ha aprobado la Declaración de Madrid que impulsa la promoción de un Turismo responsable y, en especial, la sostenibilidad medioambiental, cultural y económica del Sector. La declaración incide en facilitar el acceso a las vacaciones a aquellos grupos de movilidad reducida o económicamente más desfavorecidos en el llamado Turismo social.

Tajani ha subrayado que será necesario que todas las instituciones trabajen juntas para un sector "muy importante" y "fundamental" en la salida de la crisis, en el que las pymes tienen "muchos intereses". Por su parte, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, ha destacado que con la aprobación de la Declaración de Madrid se da el "primer paso" para cumplir con el compromiso de la UE de convertir al Turismo en un "sector moderno, sostenible y socialmente responsable", de acuerdo con el Tratado de Lisboa, que incluye por primera vez en su articulado al Sector Turístico.

Para ello, se armonizará un nuevo marco de protección a los consumidores, la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) se incorporará como "herramienta clave" para mantener la competitividad del Sector en un entorno globalizado. También se intensificará la promoción en mercados emergentes como China, India y Rusia y se creará la marca Europa para atraer turistas a la región. Asimismo, Sebastián ha afirmado que le gustaría que la declaración que ponga en marcha todas estas medidas se materialice durante la presidencia española de la UE.

La OMT da la bienvenida

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha dado la bienvenida al compromiso de la UE de fortalecer el Turismo con la aprobación de la Declaración de Madrid. En concreto, la ha valorado positivamente, dada la comprobada contribución de la industria turística "al crecimiento económico, creación de empleo y desarrollo sostenible", lo que está creando un creciente reconocimiento político, ha asegurado el secretario general de la OMT, Taleb Rifai.

"Esta conferencia ha tenido lugar en un momento histórico", ha destacado Rifai. Igualmente, ha subrayado que tras la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, la UE tiene por primera vez la competencia de llevar a cabo acciones para apoyar, coordinar y complementar las acciones de los Estados miembros en el área del Turismo.

Asimismo, ha resaltado que "España ha hecho de la promoción del modelo europeo de responsabilidad social del Turismo una de las prioridades de su presidencia semestral de la UE". La medida ha sido aplaudida por Rifai, quien ha señalado las dificultades de incorporación de una industria que sigue estando "tan fragmentada" como es la turística y ha ensalzado los esfuerzos de la UE a este respecto.

La Declaración es el primer paso para cumplir con el Tratado de Lisboa.

"La UE se ha convertido en un ejemplo mundial al reconocer el papel crítico del Turismo en la generación de crecimiento y empleo", ha señalado, subrayando que "el Turismo es un Sector clave en la economía europea, generando más del 10% de el PIB nacional y en torno al 12% de sus empleos". Finalmente, ha agregado que "la OMT seguirá trabajando junto a la UE para hacer del Turismo un contribuyente clave para lograr los objetivos de la estrategia de crecimiento de cara a 2020".

Carrillo: 'En 2008 el número de turistas españoles a Venezuela disminuyó un 12%'

El país negociará con los turoperadores españoles para promocionarse

"España disminuyó en un 12% la visita de turistas de 2008 y esto es algo que queremos recuperar y estamos abiertos para hacerlo", ha afirmado la viceministra de Turismo de Venezuela, Zaida Carrillo, durante su intervención en CIMET 2010. Igualmente, ha destacado que quieren "retomar y rescatar al turista español", ya que España es el tercer país con mayor cantidad de turistas que visitan Venezuela y los venezolanos viajamos principalmente a este país, ya que nos unen lazos que todos conocemos".

Zaida Carrillo

Durante la intervención de Carrillo, el consejero delegado del grupo Star, Agustín Lamana, le ha preguntado sobre cómo planea aprovechar Venezuela la devaluación de su moneda. "El hecho de que tengamos un cambio a 4,30, frente al anterior de 2,15, favorece a nuestro Turismo receptivo".

Asimismo, ha resaltado que el Gobierno venezolano se encuentra adelantando acciones para ser competitivos en el mercado. Entre estas actuaciones se encuentra "la capacitación y sensibilización a prestadores de servicio y comunidades para mejorar significativamente la calidad de servicios turísticos y establecer una estrategia de promoción internacional de destinos que privilegie el interés de la demanda turística española, fortaleciendo los destinos de 'sol y playa' y selva".

Por otra parte, el presidente de Grupo Europa Viajes, José Luis Muñoz, ha querido saber si el catálogo de inversiones turísticas e inversionistas en Venezuela contemplan también la comercialización. Carrillo ha respondido asegurando que estos catálogos "no contemplan en este momento la parte de comercialización, sin embargo, el Gobierno tiene previsto invertir en promoción en los países emisores".

El catalogo de inversiones turísticas es una herramienta de promoción que permite presentar y ofertar a mayoristas nacionales y extranjeros un conjunto de proyectos y propuestas dispuestas para el desarrollo turístico a nivel nacional, ha explicado Carrillo.

El precio de los 'paquetes' crece más del 6% en marzo

Tras dos meses consecutivos de descensos, el precio del viaje organizado experimenta un incremento intermensual del 6,3% en marzo. A pesar de este encarecimiento, el 'paquete' continúa siendo un 2,7% más económico en comparación con el mismo mes del ejercicio anterior.

El 'paquete' turístico, comercializado en exclusiva por agencias minoristas y turoperadores, se encarece un 6,3% en marzo respecto al mes de febrero. Asimismo, según los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el viaje organizado sigue siendo un 2,7% más barato que hace un año.

El Turismo y hostelería, sector que engloba agencias de viajes, alojamientos y restaurantes, experimenta leves incrementos tanto en su tasa mensual como anual, con variaciones del 0,8% y 0,5%, respectivamente. Entre los diferentes subsectores, el Índice de Precios al Consumo (IPC) de hoteles y otros alojamientos registran un incremento mensual del 1,2%, mientras que en su tasa interanual cae un 0,1%. Finalmente, los restaurantes, bares y cafeterías muestran un ligero avance mensual del 0,1%, registrando una evolución interanual del 1%.

Analizando la variación del IPC de Turismo y Hostelería por Comunidades autónomas, se aprecia una cierta similitud. Todas las regiones experimentan evoluciones mensuales comprendidas entre el 0,5% y el 1,1, siendo Cataluña la que registra el mayor incremento. En cuanto a la tasa interanual, la práctica totalidad de las Comunidades, a excepción de Canarias, Murcia y Navarra —con bajadas del 0,4%, 0,6% y 0,4%, respectivamente—, presentan incrementos que van desde el 0,2% de Madrid al 1,2% de Castilla y León.

Ándalus Líneas Aéreas ‘asegura la operatividad’

Ándalus Líneas Aéreas asegura la "operatividad" de sus rutas con nuevas incorporaciones en su flota. La aerolínea utilizará un avión que tenía en mantenimiento y espera la llegada de otras aeronaves. En estos momentos tiene dos aviones precintados por orden del Juzgado de Primera Instancia número 1 de Málaga por el impago de alquiler.

El Turismo mundial de nieve y montaña crecerá el 5%

El Turismo de nieve crecerá a un ritmo del 5% anual en los próximos 20 años, según los expertos que han participado en el Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, celebrado en Ordino (Andorra). Asimismo, destacan que ha resistido la crisis económica. Según los ponentes del Congreso, este segmento turístico ha experimentado un crecimiento cercano al 4% en Europa.

Nace Aeitegal para impulsar el termalismo en Galicia

Se crea la Agrupación Empresarial Innovadora Termal de Galicia (Aeitegal), que integrada por 57 entidades, entre ellas varias agencias de viajes, tiene como objetivo "sumar esfuerzos y aprovechar sinergias", explica su presidente, Antonio Caracoles. La asociación también tendrá como socios instituciones como consejerías y otros organismos de la Xunta de Galicia y tres universidades de la Comunidad.

Nueva experiencia piloto en Huesca para Turismo rural

La Agrupación Empresarial Innovadora Activa & Rural va a desarrollar una experiencia piloto en las comarcas oscenses del Sobrarbe y Ribagorza. Así, va a promocionar y comercializar conjuntamente el Turismo rural, el Turismo activo y los productos agroalimentarios de la zona. Esta experiencia piloto se va a desarrollar durante este año con el objetivo de extrapolarla después a todo el país.

Faccini: ‘CWT España ha alcanzado la cifra más alta de facturación en el segmento de reuniones y eventos’

La reducción de precios medios y las medidas de recorte de gastos de las empresas han afectado el tráfico de CWT

Marino Faccini

"El segmento de eventos ha crecido mucho más que el de viajes de negocio convencionales", asegura el presidente y director general de Carlson Wagonlit Travel (CWT) para España, Marino Faccini. Así, destaca que la filial española ha alcanzado la cifra más alta de facturación en este segmento.

Igualmemte, Faccini señala que CWT España pretende durante los próximos años mantener la posición de número uno en el sector de Meetings & Events y consolidar la posición de número dos en business travel, "aumentando 0,5 puntos nuestra cuota de mercado cada año". Asimismo, ha indicado que se encuentran "abiertos a analizar cualquier propuesta de adquisición, siempre teniendo en cuenta que las empresas en las que podríamos estar interesados en comprar deben tener un claro enfoque a actividades *business travel* y M&E y que no deben tener problemas financieros".

Respecto a los sectores de actividad de sus clientes, Faccini afirma que todos son importantes, subrayando que se han esforzado por tener diferentes configuraciones de servicio "capaces de adaptarse a las necesidades e intereses de empresas de diferentes tamaños, sectores de actividad o políticas de viajes". Al respecto destaca que CWT España "es pionera en disponer, en Sevilla, de un *e-center* para atender a clientes de cualquier otra localización con necesidades sencillas y que admitan un tratamiento totalmente electrónico".

"Múltiples factores han impactado negativamente en nuestro negocio en 2009" señala Faccini, destacando entre éstos la crisis, la reducción de precios medios y las medidas de recorte de gastos que han adoptado las empresas. Esto ha hecho que el tráfico de CWT España haya disminuido un 26,39% en 2009 en relación a 2008, "que fue el mejor año de CWT en la historia de la empresa en España".

En cuanto a las tendencias de 2010, Faccini asegura que tanto en tráfico como en transacciones, irán a positivo. "El inicio del año todavía muestra una tendencia negativa en tráfico, pero ya estamos viendo, incluso con datos de marzo, que cada semana que pasa es un poco menos mala". Faccini recalca que las empresas ya se han habituado a medidas para conseguir ahorros y "CWT les está ayudando a conseguirlos".

100% Agentes

TurneXo

Andalucia

EXCLUSIVO TurNexo PARA AGENTES

Confirma asistencia:

☞ **www.turnexo.com**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 29 de Abril
Hotel Al-Andalus Palace (Sevilla)

Nexopublic CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR NEXOTUR

Los agentes conocen las novedades de los principales proveedores turísticos en el Salón TurNexoEuskadi

El Salón TurNexoEuskadi congrega a los agentes de viajes en su nueva sede, el Silken Gran hotel Domine de Bilbao

El Silken Gran Hotel Domine de Bilbao congregó el pasado 20 de abril a los agentes de viajes del País Vasco, que no faltaron a su cita con el SalónTurNexo Euskadi. Esta feria especializada ha permitido un año más a los agentes de viajes conocer de primera mano las novedades de un selecto grupo de proveedores. Entre los proveedores que se han dado cita destaca la presencia de turoperadores como Catai Tours y Octopustravel España, cadenas hoteleras como Sol Meliá, o proveedores de soluciones tecnológicas como Travelport.

A las 19:00 horas se celebraba el pasado martes 20 de abril el Salón TurNexoEuskadi en el Silken Gran Hotel Domine de Bilbao. Tras las citas de Madrid y Barcelona, en las que destacó tanto el alto nivel de asistentes como el incremento de cerca del 20% del número de expositores, el Salón TurNexoEuskadi ha vuelto a convertirse en el punto de encuentro de proveedores y agentes de viajes en su recién estrenada sede, el Silken Gran Hotel Domine de Bilbao.

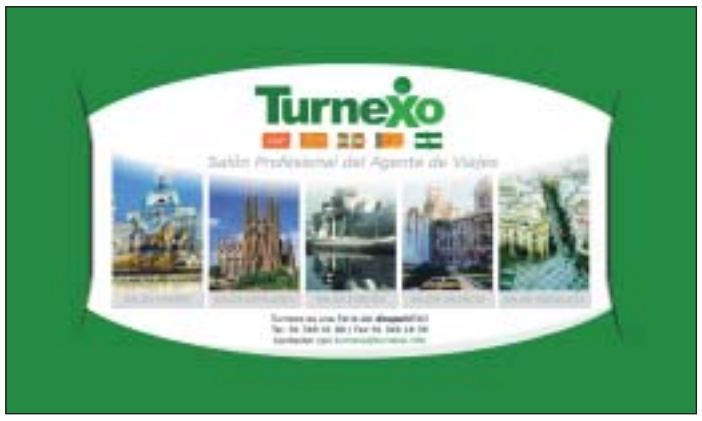
Una vez inaugurado, los agentes de viajes de la Comunidad vasca acreditados se han acercado a los expositores presentes, conociendo de primera mano las novedades de cara a la temporada de verano. Entre los proveedores que se han dado cita destaca la presencia de turoperadores como Catai Tours y Octopustravel España, cadenas hoteleras como Sol Meliá, o proveedores de soluciones tecnológicas como Travelport.

El Salón regresa a Valencia

El jueves 22 de abril, tenía lugar el Salón TurNexoValencia, penúltima parada de este evento organizado desde hace más de una década por el Grupo NEXO. Desde las 19:00 horas, los agentes de viajes de la Comunidad Valenciana han podido reunirse con un amplio grupo de proveedores en el Hotel Ayre Hotel Astoria Palace. El Salón para el agente profesional ha contado con aproximadamente una decena de expositores, destacando la presencia de transportistas, como Iberia y Renfe; cadenas hoteleras, como Sol Meliá; turoperadores, como Octopustravel; y compañías de seguros especializadas en viajes, como Intermundial Seguros y Compañía Europea de Seguros.

Tras esta cita, los Salones TurNexo finalizarán su gira el próximo jueves 29 de abril en el Hotel Al-Andalus Palace de Sevilla. También en horario de tarde los agentes de la Comunidad andaluza podrán reunirse con un amplio grupo de proveedores. El Salón contará con expositores destacados Catai Tours, Sol Meliá, Octopustravel y Travelport, así como grupos comerciales como Airmet.

Todos aquellos agentes de viajes que estén interesados en asistir deben cumplimentar la preinscripción *online*, a través de la página *web www.turnexo.com*. Dicha preinscripción les permitirá recoger el reloj de pulsera Junghans con el que el Grupo NEXO obsequia a los asistentes a los salones, para lo que tan sólo es necesario presentar, debidamente cumplimentado, el Pasaporte TurNexo, sellado en cada uno de los estands de la feria.



La preinscripción se puede realizar en 'www.turnexo.com'.

Preinscripciones en la 'web' de TurNexo

Los Salones TurNexo son exclusivos para agentes de viajes y profesionales. Para asistir, tanto en su edición de invierno como en verano, los interesados sólo tienen que preinscribirse en *www.turnexo.com*. De esta manera, además de poder acudir a los Salones, los participantes serán obsequiados con un reloj Junghans, que se les entregará tras presentar el pasaporte TurNexo sellado por todos los expositores.

El Salón TurNexo Bilbao reúne a agentes y proveedores para conocer las propuestas de la próxima temporada

Una edición más, los proveedores han mostrado sus novedades y ofertas en productos a los profesionales del Sector

Los agentes de viajes profesionales se acercaron hasta el Silken Gran Hotel Domine de Bilbao para acudir al Salón TurNexo Euskadi, celebrado el pasado martes 20 de abril.

Los profesionales del Sector que se han acercado al Salón TurNexoEuskadi, también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.

Un año más, los visitantes pudieron acercarse hasta los *stands* dispuestos en el Salón, para conocer *in situ* la oferta de los diferentes proveedores, como es el caso de Europea de Seguros.

Como ya es tradicional en todos los Salones TurNexo, el de Euskadi ha finalizó con la celebración de un cóctel para proveedores y agentes de viajes participantes.

Andalucía lidera la lista de distintivos del ICTE

Andalucía es la Comunidad con mayor implantación de la 'Q' turística concedidos por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Con 412 empresas certificadas, el porcentaje de establecimientos con este certificado respecto al resto de España es del 16%. En segundo lugar, s eencuentra Cataluña con 332, seguida del País Vasco con 281 y Madrid con 260.

El negocio 'online' crece en el Sector Turístico

El negocio *online* parece esquivar la caída de la demanda. Así lo pone de manifiesto un informe publicado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, que revela que las empresas turísticas han ingresado 514,6 millones de euros a través del comercio electrónico en el último trimestre del pasado ejercicio, lo que supone un avance interanual del 32,6%.

Los ingresos de Rumbo se incrementan un 11%

La cifra de negocio de Rumbo alcanza los 455 millones de euros en 2009, lo que supone un incremento del 11% con respecto a 2008. La agencia *online* ha transportado más de 2,7 millones de pasajeros, experimentando un incremento superior al 28% respecto a 2008. Este crecimiento ha sido el resultado de su estrategia de diversificación", afirma su director general, José Rivera.

ACC impone una multa de 7.000 euros a Marsans

La Agencia Catalana del Consumo (ACC) ha multado a Viajes Marsans con 7.000 euros por publicidad engañosa. En concreto, la agencia de viajes publicó 44 ofertas en un periódico en 2008 en las que los precios no eran los finales e informaba sobre pagos obligados que no estaban incluidos en el precio inicial, como tasas, carburante y gastos de gestión.

La producción del BSP de IATA-España crece un 4% en marzo y el acumulado del primer trimestre se mantiene

El mercado doméstico desciende un 12%

En marzo, la producción total del BSP se ha incrementado un 4%. Por segundo mes consecutivo las ventas de billetes aéreos muestran una evolución positiva, mientras que el acumulado del año, se mantiene con valores estables.

En el primer trimestre del año, la producción total de los billetes aéreos de las agencias a través del BSP de IATA-España ha sido de 901,9 millones de euros. De esta forma, tras meses de evoluciones negativas en los acumulados, la venta de aéreo del minorismo no experimenta una caída y se mantiene. Además, por segundo mes consecutivo, en marzo se obtiene un incremento del 4%, con una producción bruta de 356,2 millones de euros.

Aunque en el último mes analizado todos los mercados internacionales registran porcentajes positivos, la producción de Europa, aunque no cae, se mantiene con 87,6 millones de euros. En el acumulado hasta marzo, se vuelve a repetir el mismo esquema, y es el mercado europeo el que presenta peor evolución, con una producción de 214,7 millones de euros y un descenso del 3%.

El mejor comportamiento, tanto en marzo como en trimestre, lo presenta el mercado de Extremo oriente. De esta forma, ha incrementado su producción en un 21%, y concretamente en marzo, un 33%. Le sigue, el que a nivel internacional más supone en la venta de billetes para las agencias españolas, el mercado americano. Éste, con un incremento en marzo del 18% alcanza los 118 millones, acumulando en 2010 un aumento del 11%, con más de 313,6 millones de euros. El mercado africano, el menos representativo, también crece en marzo, en un 7%, mientras que en el primer trimestre mantiene su producción.

De esta forma, la producción bruta internacional en el primer trimestre del año ha ascendido el 6%. Marzo, con 262 millones de euros, experimenta ya un crecimiento de dos dígitos, en concreto del 12%, con 262 millones de euros. En cambio, el mercado doméstico, sigue sin dar señales de recuperación, y un mes más experimenta un fuerte descenso, con una producción bruta de 94,1 millones de euros, un 12% menos. En el acumulado del primer trimestre, la caída se acentúa en un punto porcentual más, con 241,8 millones.

Producción BSP de Agencias de Viajes en Marzo de 2010

	Internacional					Nacional	Total Producción	
	Media Distancia		Larga Distancia		Total Bruto	Total Bruto	Bruto	Neto
	Europa	África	América	Extremo Oriente				
Ventas	87,6	16,4	118,0	33,1	262,0	94,1	356,2	339,8
%	0%	7%	18%	133%	12%	-12%	4%	5%

Producción BSP Acumulada de Enero a Marzo de 2010

	Internacional					Nacional	Total Producción	
	Media Distancia		Larga Distancia		Total Bruto	Total Bruto	Bruto	Neto
	Europa	África	América	Extremo Oriente				
Ventas	214,7	39,5	313,6	80,2	659,9	241,8	901,9	860,5
%	-3%	0%	11%	21%	6%	-13%	0%	1%

Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

©NEXOTUR

Más de 250 agentes y 42 proveedores se dan cita en la Convención Avasa

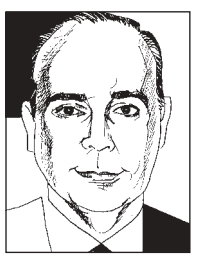
La subida del IVA y la aplicación de la Bolkestein han sido objeto de análisis

Bajo el lema 'Con muchos pequeños detalles conseguiremos grandes logros', la XIII Convención anual de Avasa congregaba en el Hotel Sorolla Palace de Valencia a más de 250 agentes de viajes. Durante la jornada los agentes han participado junto a 42 proveedores en un *work shop*. Asimismo, en la sesiones de trabajo se ha abordado la situación del Sector de agencias, y en particular de las que conforman Avasa, así como las previsiones de cara al presente año.

Los agentes han participado en un *work shop* con 42 proveedores turísticos.

En la ceremonia de apertura, el presidente de Avasa, Luis Felipe Antoja, ha citado en primer lugar el aumento del Grupo "en más de 20 empresas asociadas", destacando "el incremento de agencias dedicadas al *business*". Asimismo, Antoja apunta que "la crisis nos ha enseñado mucho a muchos". El director general de Avasa, Antonio García, ha destacado "el incremento de miembros y el aumento de las ventas del 10% en el primer trimestre". Tras su intervención, el experto en técnicas de venta, Jordi Vila Porta, ha explicado "cómo con pequeños cambios se pueden conseguir grandes éxitos", recordando la "necesidad de actualizarse y aplicar cambios urgentes".

El Turismo de Negocios cae más de un 20% en Madrid



Antonio Nieto

El Turismo de Negocios está siendo uno de los sectores más perjudicados por la crisis en Madrid, al caer más de un 20%, según el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Antonio Nieto. La crisis ha propiciado que el Turismo de Reuniones haya perdido casi un tercio de su volumen de negocio, a pesar de que Madrid es la única autonomía en la que ha crecido el Turismo en 2009.

"Mientras la coyuntura económica del país no mejore y las empresas no se recuperen, va a ser muy difícil reflotar el Turismo de Negocios. Todo ello pese a que hay síntomas de que en Madrid es un sector que tiene mucho futuro, pero su crecimiento se ralentizará por la crisis", ha asegurado. Al respecto, ha solicitado que se suspenda la subida del IVA prevista para julio, que "perjudica especialmente al Sector Turístico, uno de los más dinámicos para la economía y la creación de empleo de nuestro país".

Nieto ha recordado que el éxito del Turismo en la Comunidad de Madrid radica en los planes de impulso llevados a cabo desde el año 2004. De hecho, de 2004 a 2010, la inversión del Gobierno regional destinada a promocionar y fortalecer el Turismo en esta región se ha sextuplicado, pasando de tres a 18 millones de euros, e incrementándose el flujo de turistas, desde los 5,9 millones recibidos en 2003 a los nueve millones recibidos en 2009.

La unión asociativa y la cooperación entre agencias y proveedores, ejes del congreso de UNAV y AGRUPA

El Congreso de UNAV y AGRUPA, que congregó a más de 500 profesionales el 15 de abril en el Hotel Meliá Castilla de Madrid, se convirtió, tal y como pretendían sus organizadores, en un "ejemplo de unidad". Representantes de los diferentes subsectores analizaron la situación del Turismo, dedicando especial atención al Sector de agencias. Iberia aprovechó el acto para anunciar un cambio del modelo retributivo de las agencias de viajes, mientras que Renfe confirmó que venderá billetes interlineados con compañías aéreas.

La unión asociativa y la cooperación entre los diferentes subsectores que engloba el Turismo. Estos han sido los ejes centrales del XIII Congreso de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), celebrado el 15 de abril en el Hotel Meliá Castilla de Madrid junto a la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA), y en colaboración con la Dirección General de Turismo de la Comunidad Madrid y Madrid Convention Bureau. Durante el acto de apertura, el presidente de AGRUPA, José Luis Ramil, ha destacado que el principal objetivo de esta celebración conjunta "es la unión de fuerzas". "Los problemas son los mismos para todos y es preciso hacer un frente común", apunta Ramil, señalando al mismo tiempo que "es el momento de encontrar el verdadero camino de futuro para el Sector de agencias de viajes". En esta línea se pronunciaba el presidente de UNAV, José Luis Prieto, quien subraya que "estamos trabajando en pro de la unidad del Sector de agencias".

Acompañando a los dos representantes de las organizadoras convocantes se encontraban el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Antonio Nieto, y el consejero de la Empresa Municipal de Promoción de Madrid, Pablo Bautista. Este último, además de resaltar la "importancia del Turismo de congresos para la capital", ha reconocido que "el Turismo es un elemento fundamental en el Producto Interior Bruto (PIB) de Madrid". Tras su intervención, Antonio Nieto ha felicitado a UNAV y AGRUPA "por abrir el congreso a otros subsectores". Al respecto, considera que "tras la desaparición del 5% de puntos de ventas de agencias de viajes en la Comunidad de Madrid durante el año pasado, ésta es una extraordinaria oportunidad para buscar soluciones".

Finalmente, el secretario de Estado de Turismo ha hecho un llamamiento a la unidad del Sector de agencias de viajes, reivindicando la necesidad de que "lleven a cabo una importante y responsable política asociativa". Mesquida asegura que "tener detrás un Sector me ha permitido culminar las acciones que hemos venido llevando a cabo". Asimismo, durante su intervención inaugural, ha subrayado que la subida del IVA "es necesaria para mantener la inversión pública y las prestaciones sociales".

Iberia anuncia cambios

El director general comercial y de clientes de Iberia, Manuel López, abría las sesiones de trabajo anunciando "cambios en el apartado retributivo". "Pensamos que es necesario crear un nuevo modelo que premie la calidad de los ingresos y el crecimiento de las ventas y la fidelidad de la agencia de viajes", explica López. Por ello, "teniendo en cuenta la dura realidad, que hace imposible mantener el sistema tradicional", la compañía aérea pretende "aplicar un modelo de comisiones justo para ambos antes de que finalice el presente año".

Tras la intervención del directivo de Iberia, tenía lugar la primera mesa redonda, en la que los transportistas han destacado su apuesta por el canal de agencias de viajes. Tanto el director comercial de Renfe, Víctor Bañares, como el director de ventas de Iberia, Víctor Moneo, confirman que la agencia tradicional sigue siendo su principal vía de distribución. Una de las novedades de esta mesa, que completaban representantes de Amadeus, Travelport y National Atesa, es que Renfe está ultimando un acuerdo con Access Rail, compañía consolidadora de trenes y aviones, para vender sus billetes interlineados junto a compañías aéreas o de manera individual en otros mercados europeos. Según adelanta el director comercial de Renfe, este servicio podría estar listo "después del verano y antes de que termine el presente ejercicio".

Durante la segunda mesa redonda, compuesta por turoperadores, cruceristas y Grupos comerciales, se han abordado cuestiones como la guerra de precios, las perspectivas del mercado o la profesionalidad de los agentes de viajes. Preguntado por esta guerra de ofertas, el subdirector general de Travelplan, Luis Mata, señala que "los negocios están para ganar dinero, y cuando las mayoristas decidimos por lanzar ofertas es porque hay mala ocupación y porque el mercado se mueve cada vez más por el precio". Al respecto, la directora de Tourmundial, Rosa Paramio, advierte de que "el cliente se ha acostumbrado a pagar menos", por lo que "recuperar la normalidad costará de dos a tres años".

Optimismo para este año

En cuanto a las previsiones para el presente ejercicio, el subdirector general de Travelplan confirma que "las cosas van mejorando". "En el mes de marzo hemos alcanzado un crecimiento en ventas anticipadas del 60%". Por su parte, Paramio también se muestra "optimista para 2010", aunque reconoce no haber empezado bien el año, obteniendo en Semana Santa unos resultados similares a los registrados en 2009. Por último, preguntados por el director general del Grupo Star, Agustín Lamana, acerca de su opinión sobre la profesionalidad de los agentes de viajes, el director general de MSC Cruceros, Emiliano González, opina que "el agente debe reciclarse y especializarse". Por su parte, la directora de Tourmundial considera que "el intermediario turístico debe ofrecer asesoramiento".

Más de 500 profesionales del Sector Turístico se dieron cita en el XIII Congreso de UNAV y AGRUPA.

Inspecciones en 15 días

Tras la conclusión de la segunda mesa redonda, el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Antonio Nieto, ha abordado los efectos de la trasposición de la Directiva Bolkestein en el Sector de agencias de viajes. Al respecto, Nieto, que calcula que en el mes de junio ya existirá un borrador definitivo, garantiza que "además de mantener la exclusividad de las agencias para comercializar viajes combinados, realizaremos las inspecciones en un plazo máximo de 15 días". Ante el temor de que las empresas proporcionen varios servicios sueltos, creando un 'paquete dinámico', sin ser agencia de viajes, Nieto confirma que "vigilaremos estas prácticas, que serán consideradas como intrusismo".

Posteriormente tenían lugar las intervenciones del vicepresidente primero de CEHAT, Carlos Díaz Ruiz, y el presidente de Transhotel, Anselmo de la Cruz, en las que han analizado la complicada situación que atraviesa el sector hotelero, "con una caída de ingresos por encima del 20%", según apunta De la Cruz. Por su parte, Díaz ha asegurado que el sector hotelero experimentará unos "profundos cambios de gestión" en los próximos años y se ha referido la "terrible" recesión que han atravesado los hoteles después de una etapa de "crecimiento desmesurado".

Como punto y final al congreso UNAV-AGRUPA, Ramil y Prieto, acompañados por el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, han procedido a la clausura del acto. Los tres presidentes han destacado el papel de las Asociaciones, recomendando a las agencias adherirse a cualquiera de ellas, así como su compatibilidad con los Grupos comerciales.

Las agencias piden que las ofertas de los turoperadores incluyan el precio final

En el XVIII Congreso UNAV-AGRUPA los representantes de los diferentes segmentos turísticos reconocieron a las agencias de viajes como canal prioritario de distribución. Entre las conclusiones del acto, cabe mencionar que los proveedores de soluciones tecnológicas afirman que seguirán potenciando el canal de las agencias. Iberia asume un compromiso público de lealtad, respeto y apoyo al Sector, confirmando que es su canal preferente.

Por otra parte, tanto mayoristas como compañías de cruceros entienden que la política de ofertas y descuentos viene generada por la situación de crisis. Asimismo, piden que las ofertas de los turoperadores incluyan el precio final, evitando la publicidad engañosa. En cuanto al sector hotelero, en el congreso se le recomendó apoyarse en la distribución a través de las centrales de reservas y agencias *offline* y *online*.

Los presidentes de UNAV, FEAAV y AGRUPA clausuraron el congreso.

Otro de los ejes fue la trasposición de la Directiva Bolkestein, que supondrá un cambio sustancial para las agencias. Al respecto, en el congreso se destacó que tanto direcciones generales de Turismo como Asociaciones trabajan en defensa del consumidor. Finalmente, otro de los temas centrales fue el asociacionismo. Tanto la Secretaría de Estado de Turismo como las Asociaciones presentes abogan por una urgente unión de todos para crear una representación única del Sector.

TurEspaña apoya a las ciudades patrimonio

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y el presidente del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Julián Lanzarote, han renovado su compromiso de cooperación. El nuevo plan permitirá llevar a cabo acciones de *marketing* para posicionar a estas ciudades como referentes a nivel mundial y contribuir a la promoción y difusión de su patrimonio cultural.

En 2009 Barcelona reduce su actividad congresual

La Confederación de Consumidores y Usuarios (Cecu) ha puesto en conocimiento de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) que Ryanair, Easyjet, Spanair, Vueling e Iberia ofrecen información errónea sobre las indemnizaciones en caso de problemas con el equipaje, retrasos o accidentes. La confederación insta a AESA a comprobar estos hechos y a iniciar actuaciones.

Daimler Buses reduce su facturación en un 12%

En un contexto de mercado global difícil, la cifra de ventas de Daimler Buses, con 32.482 vehículos vendidos, disminuyó un quinto por debajo de las ventas récord logradas el año 2008. La facturación se redujo en un 12% y, por consiguiente, en este caso la disminución ha sido claramente inferior. Entre los mercados que peor evolucionan, la empresa señala al latinoamericano.

Malta busca convertirse en un destino de congresos

Malta presenta su catálogo de 'Virtudes' para acoger reuniones, incentivos y congresos. Su ubicación, sus gentes, los paisajes y las infraestructuras "vanguardistas" son algunos de los atractivos que promueve el país del Mediterráneo para convertirse en un destino "de excepción" a la hora de organizar congresos, conferencias o viajes de incentivos.

IATA retira la licencia a Viajes Marsans y le exige un aval de 20 millones de euros

El juez admite el concurso de Air Comet, con un agujero de 226 millones

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) ha decidido retirar a Viajes Marsans la licencia para la venta de billetes de avión, y le exige un aval de 20 millones de euros para recuperarla. La asociación ha tomado esta decisión por las dificultades que la agencia habría registrado en los dos últimos meses para percibir el pago que debe efectuar a mediados de cada mes.

Viajes Marsans, propiedad de Gerardo Díaz Ferrán y de Gonzalo Pascual, deberá presentar ante IATA avales por un importe de hasta 20 millones de euros para recuperar la licencia y poder operar nuevamente en la venta de billetes de avión. Ante tal situación, Pascual ha señalado que "no hay otra solución" que responder con esa cantidad que exige la IATA, que confía resolver "en estos días". Asimismo, ha calificado la decisión de "injusta", sin un plazo para impugnarla, subrayando que ha visto en ello "una mano detrás". El empresario ha asegurado que "no se puede tomar una decisión de esta envergadura sin otorgar un plazo" y ha reconocido que Viajes Marsans ha recibido varias comunicaciones por parte de IATA como advertencia, pero "ni en lo más remoto" podía imaginarse que la situación llegara hasta este punto.

"Jamás hemos dejado de pagar", asegura Pascual. Asimismo, recalca que denunciará a IATA y que Viajes Marsans "no va a parar su actividad" y continuará vendiendo la oferta de "otros colegas".

Concurso de Air Comet

Por otra parte, el Juzgado de lo Mercantil número 8 de Madrid ha admitido a trámite el concurso voluntario de acreedores presentado por Air Comet en marzo. Según el auto dictado, la aerolínea cuenta con un agujero patrimonial declarado de 225,9 millones de euros. La compañía aérea ha presentado ante el juez titular, Francisco de Borja Villena, un activo de 84,5 millones de euros frente a un pasivo de 310,4 millones de euros. Del déficit total de Air Comet, 160 millones de euros son deudas contraídas con empresas del propio Grupo Marsans.

Los acreedores de la compañía aérea contarán con un plazo de un mes, desde la publicación de la declaración de concurso en el Boletín Oficial del Estado (BOE), para comunicar sus deudas al juzgado. La administración concursal incluirá la lista definitiva de los acreedores en el informe patrimonial de la compañía.

El juez titular solicita a los propietarios de Air Comet más información sobre el estado actual de sus cuentas y les advierte de que si no cumplen este requerimiento "se entenderá que la concursada incurre en falta al deber de colaboración, con cuantas consecuencias de ellos se deriven, civiles y penales". Así, reclama a la compañía aérea una relación de los alquileres de inmuebles que mantiene, el pago de las rentas y la declaración de todas las operaciones de venta de inmuebles realizadas en los dos últimos años.

Facturación y empleo en febrero

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET). © NEXOTUR

La cifra de negocios de las agencias aumenta un 1%

Tras un pésimo comienzo de año para el Sector, con una caída de los ingresos del 5,6%, el volumen de negocio de las agencias registra, por primera vez desde el verano de 2008, una evolución positiva del 1,4% en febrero. En lo que respecta al empleo, prosigue la destrucción de puestos de trabajo, con un 7% menos de asalariados. A diferencia del Sector de agencias, tanto el de transportes como el hotelero no consiguen mejorar los resultados de 2009. El transporte ferroviario y el aéreo registran bajadas de ingresos del 5,9% y 5,1%, mientras que en el transporte marítimo cae un 2,1%. Finalmente, el volumen de negocio de las empresas dedicadas a la actividad hotelera experimenta un descenso del 2,2%.

Los destinos mediterráneos tradicionales pierden turistas alemanes, y EE UU avanza posiciones

España, el destino más visitado con el 11% del gasto turístico, experimenta una contracción del 6% en 2009

La crisis ha provocado un cambio de comportamiento del mercado emisor alemán. Según un informe de la Oficina Española de Turismo en Munich, las regiones mediterráneas tradicionales, entre ellas el destino España, pierden cuota, aumentando los viajes internos y a Gran Bretaña y Estados Unidos. España sigue siendo el destino más demandado, concentrando el 11% del gasto efectuado por los viajeros germanos. Si bien el desembolso de estos turistas ha disminuido un 6% en 2009, hasta los 6.700 millones de euros.

La tendencia a viajar a destinos baratos o cercanos aumenta en Alemania. Aunque, tal y como apunta un informe elaborado por la Oficina Española de Turismo en Munich, este mercado se mantiene como el primer emisor de turistas a nivel mundial, por delante de Estados Unidos, Gran Bretaña y China, se aprecia una contracción de los desplazamientos a los destinos de larga distancia, así como a las regiones mediterráneas tradicionales.

España sigue siendo el destino más demandado, concentrando el 11% del gasto efectuado por los viajeros germanos. Si bien el desembolso de estos turistas ha disminuido un 6% en 2009, hasta los 6.700 millones de euros. Entre los diferentes factores que han propiciado este descenso del número de visitantes procedentes de Alemania, la Oficina de Turismo cita los atentados terroristas de Mallorca, que "frenaron la actividad turística temporalmente durante la temporada de verano".

Un 5% menos en Turquía

Tras España, Austria y Suiza ocupan la segunda y tercera posición, experimentando contracciones del 5,7% y 6,5%, respectivamente. Turquía, otro de los países más visitados por los alemanes, también registra una disminución del 5%, pero sigue encontrándose entre los destinos de media distancia favoritos junto a Hungría, Bulgaria y Croacia.

Entre los países que evolucionan positivamente destaca Gran Bretaña, que se ha visto favorecido por la debilidad de la libra esterlina. El gasto de los alemanes en las islas británicas ha aumentado un 15%, hasta los 1.600 millones de euros. En los desplazamientos de larga distancia, Estados Unidos ha ganado posiciones. Aunque se ha encarecido el precio del dólar en el último año para los europeos, el gasto de turistas alemanes ha aumentado en más de 3.300 millones de euros.

De cara a 2010, el informe revela que los desplazamientos internos continuarán reinando en Alemania.

Los alemanes han gastado 6.700 millones en España en 2009.

Al mismo tiempo, los destinos cercanos y las visitas a ciudades registrarán buenos resultados. También se espera que África, que en la actualidad sólo concentra el 4% del gasto turístico de los alemanes, experimente un ascenso debido a la celebración del Mundial de Fútbol, siempre y cuando no aumente la preocupación por la seguridad.

Los servicios turísticos en Madrid y Barcelona

Juliá Travel presenta en una *web* de fácil uso la información y la gestión de reservas de excursiones, entradas a algunos espectáculos y autobuses urbanos, todo ello en Madrid y Barcelona, así como circuitos desde Madrid a Andalucía.

Mexicana optimiza sus servicios en Internet

Mexicana cuenta con una nueva versión de su *web* en la que, además de mejorar el diseño de las pantallas, incluye una nueva información sobre sus vuelos en un sistema de mapas activos, aunque sigue sin incluir la gestión desde agencias.

Amplia información en la 'web' oficial de Kenia

Magical Kenia ofrece un interesante conjunto de información sobre este país. Además de sus principales atractivos turísticos, incluye la relación de alojamientos por zonas y de turoperadores especializados, aunque sin gestión de reservas.

Información sobre las reuniones en Sabadell

La página que ofrece la Fira de Sabadell presenta una información limitada sobre el edificio, sus espacios y los servicios que ofrece a los organizadores de eventos, así como la relación de los eventos programados accediendo por año o por fecha.

Bookingfax ya cuenta con más de 36.000 agentes registrados.

Bookingfax alcanza 100 millones de ofertas consultadas desde 2002

Bookingfax, empresa con sede en Jerez de la Frontera especializada en la distribución online de productos turísticos, ha alcanzado los 100 millones de ofertas consultadas en España desde su lanzamiento en 2002. El 'portal' cuenta ya con 36.000 agentes de viajes registrados en el mercado español.

A raíz de este buen resultado, la empresa ha puesto en marcha un nuevo proyecto en Argentina bajo el dominio de *www.bookingfax.com.ar*.

Según informan desde Bookingfax, la nueva página *web* ha comenzado su andadura con una "muy buena aceptación" por parte de las agencias de viajes y proveedores del país.

Hasta el momento, ya se han registrado más de 500 agentes de viajes argentinos. Con la incorporación de la delegación en Argentina Bookingfax inicia su plan de expansión en Latinoamérica, previendo acceder a nuevos mercados en el periodo 2010-2011.

Viajabien crea una plataforma gratuita en Internet para la gestión de viajes de empresas

La nueva herramienta asigna a las empresas un agente exclusivo

El grupo Viajabien ha desarrollado una plataforma gratuita en Internet especializada en la gestión de viajes de empresas. Esta nueva herramienta se basa en un sistema de reservas centralizado en facturas, rápeles y "precios por debajo del mercado", según han informado desde la compañía de viajes.

El objetivo de este nuevo sistema, gratuito para las empresas, es "poder disminuir su cuenta de gastos sin incurrir en errores operativos globales que hagan que viajen menos y tengan menos posibilidades de negocio", han afirmado desde el grupo de viajes. Así, Viajabien Corporate Services, que ofrece la posibilidad de darse de alta en su sistema a las empresas que lo deseen, permite la realización de peticiones de presupuesto, tener las facturas colgadas para evitar pérdidas en el *mailing* o desconocer si han sido tramitadas o no, disfrutar gratuitamente de una consultoría estratégica, *rappels* por compra, descuentos exclusivos, obtención de puntos para canjearlos por vuelos y hoteles, entre otras funciones.

El grupo Viajabien ofrece este servicio con carácter totalmente gratuito y además pone a disposición de las empresas un agente exclusivo que se dedicará siempre a la misma compañía, así como a otras que, desde la dirección, le asigne a cada uno de sus agentes de cuentas empresariales.

Viajabien Corporate Services busca simplificar la organización de viajes.

"Finalmente, Viajabien permite a las compañías aumentar el valor de su activo en recursos humanos, dado que por el simple hecho de ser cliente, los empleados de la empresa disfrutarán de un descuento sobre el precio exactamente igual a los *rappels* asignados a los viajes de empresa de ésta", han añadido desde el grupo de viajes.

Más de 800 empresas forman parte del proyecto de Fundetec Ñtur

Extremadura es la Comunidad donde más interés ha despertado este proyecto

Un total de 824 empresas españolas dedicadas al segmento del Turismo de interior han solicitado su adhesión al proyecto Ñtur, iniciativa coordinada por Fundetec cuyo objetivo es implantar un modelo de gestión hotelera que resulte "eficaz" y que esté basado en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), para que optimice los procesos, mejore la productividad y competitividad de estos establecimientos e impulse sus índices de ocupación.

Además, Fundetec ha subrayado que la Comunidad autónoma con más empresas adheridas a esta iniciativa es Extremadura con 203, seguida de Asturias con 123, Castilla-La Mancha con 92, Castilla y León con 77 y Andalucía con 68.

Otro de los objetivos de Ñtur es demostrar que las tecnologías son un "importante aliado para hacer frente a la crisis" y, particularmente para el Sector Turístico, que tiene en Internet un "inmenso campo de posibilidades", destaca Fundetec. "Como resultado de su implantación se renueva la cadena de valor de los establecimientos, se reducen los costes, se aumenta la eficiencia en la gestión de todos los procesos y se incrementa la ocupación de las plazas hoteleras", añade.

La incorporación de las TICs mejora la gestión de los establecimientos.

Para ello, Ñtur incluye "cuatro elementos clave" que se ofrecen a los establecimientos de forma gratuita: un Sistema Integral de Gestión, un sistema de facturación electrónica y Terminal Punto de Venta (TPV) virtual; una comunidad virtual 2.0 y un sello de calidad TIC Turística, en función del grado de uso de la tecnología.

Travelport ofrece las tarifas de la aerolínea Copa Airlines

Travelport ha firmado un acuerdo global de contenido y distribución con Copa Airlines. Así, "podemos ofrecer acceso completo a las tarifas de Copa Airlines y a su inventario a través de Galileo y Worldspain", explica el director general de Travelport España, Roberto Ramos.

"Con un mercado de 63.000 agencias en todo el mundo, Travelport se compromete a proveer de contenido a nuestros clientes a la vez que ofrecemos valor a nuestros proveedores", añade el director general de la compañía.

Por su parte, el director de Planificación y Distribución de la compañía aérea, Felipe Fabrega, asegura que "estamos especialmente contentos por poder ofrecer a los suscriptores de Travelport un acceso completo a todo nuestro contenido, lo que nos asegura una expansión en toda Latinoamérica".

Celebrity Cruises incorpora un iLounge a sus cruceros

Celebrity Cruises incorporará en mayo a Celebrity Solstice y Celebrity Summit el Celebrity iLounge, una sala con diversos servicios tecnológicos para los pasajeros. Entre estos servicios se encuentra el acceso a diferentes *gadgets*, la realización de cursos de formación o la posibilidad de navegar por Internet.

Así, la crucerista amplía a toda su flota este servicio debido a "la respuesta extremadamente positiva que obtuvo de los usuarios y de los agentes de viajes". El Celebrity iLounge se dividirá en tres áreas: una dedicada a diversos ordenadores MacBook donde poder comprobar el correo electrónico o estar al tanto de las redes sociales; una zona de venta y un centro donde personal cualificado prestará diversos consejos e impartirá cursos.

El Sector
ha cambiado
y la Información también
Espagne
NEXOTUR
¿Ves doble?
La Directiva europea y la tasa a las aerolíneas por emisiones de gases podría encarecer un 300% los billetes
Date de alta
en Nexotur.com
Diario online del Agente
...y recíbelo
cada mañana
en tu email

Mostrador

Arriva Noroeste cede explotación de la ruta Ferrol a Santiago a Monbús

Arriva ha cedido sus derechos de explotación de la ruta Ferrol-Tantiago a Monbús, con el objetivo de focalizar sus actividades estratégicas en Galicia y concentrarlas en las áreas geográficas con mayor potencial de negocio para la compañía, como son Ferrol y Lugo. El recorrido por autopista, que se compartían por intervalos entre las dos organizaciones, ha pasado a estar gestionada por el operador lucense, que ahora tendrá la línea hasta Vigo. Arriva Noroeste ha advertido a sus usuarios que no puede facilitar los horarios.

✉ www.monbus.es

Costa Cruceros dará la vuelta al mundo con el Costa Deliziosa y vuelve al puerto de Valencia

La crucerista estrena nuevos 'paquetes' para excursiones y disfrutar de su Samsara Spa

Para 2011 Costa Cruceros prevé volver al puerto de Valencia, en el que no atracaba desde 2004, y realizar cruceros tan espectaculares, como el de Costa Deliziosa, que dará la vuelta al mundo en 98 días.

El catálogo de Costa Cruceros 2011 viene cargado de novedades, con 250 destinos y más de 100 itinerarios. El puerto de Valencia, donde no hacía escalas desde 2004, vuelve a ser punto de salida para itinerarios por el Mediterráneo.

Pero la vuelta al mundo en 98 días es una de las novedades más importantes. Entre diciembre de 2011 y abril de 2012, el Costa Deliziosa pasará por los cinco continentes y constará de tres grandes etapas para realizarlas juntas o por separado: Cristóbal Colón, James Cook y Marco Polo.

Además, ofrece nuevos 'paquetes' de tres excursiones con un descuento del 15% al 20% en una selección de cruceros por el Mediterráneo y el Caribe, así como el 'paquete' Samsara Dream para disfrutar de su spa. Entre los nuevos destinos destaca el itinerario por el Mar Rojo.

✉ www.costacruceros.es

El Costa Deliziosa recorrerá los cinco continentes con tres grandes etapas.

Pullmantur crea Grand Class para el turista que quiera conocer un Caribe diferente

El turoperador oferta en la zona caribeña Playa Bávaro y Riviera Maya

Pullmantur ha lanzado Pullmantur Grand Class "para descubrir un Caribe diferente" y dirigido "a clientes que buscan privacidad, atención personalizada y un servicio de alta calidad", como explican desde el turoperador. De la mano de Grand Palladium, Occidental y NH Hoteles, ofrece 'paquetes' con vuelos en clase Business o en Turista con el servicio Business, operados por Pullmantur Air, traslados en vehículos privados y estancias de siete noches en régimen de 'todo incluido'. Se puede elegir entre Playa Bávaro y Riviera Maya.

Incluye, además, dos excursiones únicas en cada destino, un *check-in* personalizado, un *pack* sorpresa el día de la llegada, *late check-out* el día de regreso y otros detalles exclusivos, como descuentos en tratamientos de *spa* y, para los aficionados al golf, un *green fee* gratuito y con palos de golf incluidos, en algunos de los hoteles.

Los *resorts* han sido cuidadosamente elegidos por su ubicación privilegiada y accesos directos a playas paradisíacos, modernas instalaciones y exuberante vegetación tropical, amplias habitaciones, una sofisticada oferta gastronómica y una atención especial para los clientes.

✉ www.pullmantur.es

Royal Beach de NH en playa Bávaro.

American Airlines estrena vuelo directo de Madrid a Nueva York

A partir del 2 de mayo, el nuevo vuelo a Nueva York JFK de American Airlines operará diariamente desde Madrid sin escalas. La aerolínea utilizará para esta ruta un avión Boeing 757, con 16 asientos en clase Business y 166 asientos en clase Económica.

Para celebrarlo, los socios del programa de viajero frecuente de American Airlines podrán ganar 10,000 millas AAdvantage® de bonificación por cada viaje realizado en esta ruta de ida y vuelta en clase Business y 5,000 millas de bonificación por cada viaje ida y vuelta en clase Económica.

Para participar en esta oferta de American Airlines, los pasajeros sólo tienen que registrarse antes de viajar y volar entre el 2 de mayo y el 30 de junio en la nueva ruta sin escalas. Para registrarse, simplemente debe entrar en la *web www.aa.com/offers*, pinchar en 'Otras Ofertas' y utilizar el código promocional NYMAD.

✉ www.aa.com

American celebra su nueva ruta.

Finnair permite combinar los puntos acumulados y el dinero para comprar vuelos.

Finnair amplía las opciones de canjear los puntos de Finnair Plus

Finnair ha mejorado las ventajas de su programa de puntos para clientes habituales, Finnair Plus, con más opciones de canjearlos por regalos y la posibilidad de combinar acumulados y dinero, por ejemplo, en la compra de vuelos. Además, ahora es más fácil conseguir la tarjeta Finnair Silver, de nivel inmediatamente superior a Finnair Plus. Con 40.000 puntos acumulados (en lugar de los 60.000 anteriores) todos los miembros de Finnair Plus pasan al programa Silver.

✉ www.finnairplusshop.com

Madrid y las Ciudades Patrimonio lanzan 'paquetes' para el turista japonés

A dos horas de Madrid existen nueve enclaves Patrimonio de la Humanidad

Promoción Madrid y el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GPHE) han desarrollado, junto al turoperador JTB un 'paquete' para fomentar la afluencia de turistas japonés hacia estos destinos. Su producto estrella es el combinado de visitas a Madrid con rutas por algunas de las Ciudades Patrimonio españolas.

Hasta nueve enclaves a tan sólo dos horas de Madrid están catalogados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. Se trata de Toledo, Cuenca, Segovia, Ávila, Salamanca, Córdoba, Alcalá de Henares, el Monasterio y Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial y el Paisaje Cultural de Aranjuez. Otras iniciativas para fomentar el Turismo japonés son la edición de la guía 'De japonés a japonés' o la traducción a este idioma de la 'Guía imprescindible de Madrid', que reúne todos los datos de interés de la capital.

✉ www.esmadrid.com

Segovia es una de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Club NEXOTUR

Europea de Seguros ofrece un 85% de descuento sobre tarifa

Europea de Seguros ofrece descuentos del 85% sobre tarifa oficial a los miembros del Club NEXOTUR. La aseguradora pone a disposición de sus clientes seguros de viaje por 75,89 euros (individual) y 138,96 (familiar). Estas pólizas incluyen cualquier percance a excepción de los sucedidos durante la práctica de algún deporte. Para más información llamar al número de teléfono 91 344 17 37.

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 21**

Fam Trip

El turoperador Canaria Travel realiza un viaje de familiarización en la isla.

Agentes checos conocen Fuerteventura

El turoperador checo Canaria Travel ha organizado un viaje de familiarización a Fuerteventura, mediante el cual, 45 agentes de viajes han conocido los principales atractivos turísticos de la isla. Al igual que el verano pasado, Canaria Travel habilitará para la próxima temporada un vuelo directo desde Praga a Fuerteventura, por lo que ha querido dar a conocer el destino.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

26 de abril
Cristina Morera, Viajes Mundijet, Barcelona; Julia Menta, Viajes Carimundi, Madrid; Marilina Bigorra, Viajes Turaguila, Alcorcón; Francisco José Sánchez Romero, Viajes Difrán, Rota; Beatriz Hermida, Viajes Marsans, Madrid.

27 de abril
Montse Fidella, Viajes Albatros, San Sebastián; Miguel Casamayor, Viajes Casamayor, Xátiva; Edurne García, Viajes Hobbit, Viladecands; Aitor Goros Tiaga, Viajes Izargi, Bilbao; Montse Casas Tulsa, Viajes Canigo, Girona; Montse Filella, Viajes Eroski, Ansoain; Valle Mosquera, Viajes Solymar Peninsular, Toledo; Fernando de Blas, Viajes Amadis Express, Madrid; Araceli Raya, Viajes Marsans, Arcos de la Frontera; Marisa Fernández, Viajes Nit, Valencia.

28 de abril
Esther Ortiz, Viajes Tui, Haro; Sara Fraile, Viajes Ecuador, Madrid; Daniel Reinoso, Viajes Narcea, Madrid; Ángel Navarro, Viajes Naval, Corella; Marcos Pérez Marrero, La Caja Tour, Telde; Adolfo Echevarría, Club Marco Polo, Bilbao; José Manuel Clua, Viajes Godó, Zaragoza; Carmen Pérez, Viajes Alamo, Plasencia; Mª Carmen Alonso Vidal, Viajes Genil, Baza.

29 de abril
José Antonio Ascaso, Viajes Órbita, Barcelona; Isabel Luna, Viajes Anlusur, Pedrera; Francisco J. Hernández, Viajes Urci, Almería; Juan M. Mariño, Viajes Testal, Noya; María Antonia Guillén, Viajes Pizarro, Cáceres; Alfredo Blanco, Viajes Cemo, Madrid; Juan C. Moreno, Viajes Pleamar, Madrid; Manuela Blanco, Viajes Corredoira, Noya; Francisca Orell, Viajes Siller, Puerto de Pollensa; Julia Llera, Viajes Badajoz, Badajoz; Emma López Forder, Viajes Adramar, Mallorca.

30 de abril
Amelia C. Vidal, Viajes Magerit, Madrid; Francisco González Bárcena, Viajes Al-Lawra, Constantina; Mari Dugo Ortiz, Viajes One Way, Sant Boi de Llobregat; Gema Rodríguez García, Viajes Mega-Tour, Santander; Susana Palomo Casero, Viajes Getour, Fuenlabrada; Evelia Ferrus, Viajes Adramar, Palma de Mallorca; Sonia Pazos, Viajes Halcón, Betanzos; Ana López, Viajes Halcón, Madrid.

1 de mayo
Clara Santos, Viajes Años Luz, Madrid; Silvia García del Castillo, Viajes Hinterland, Sevilla; Mª Carmen Fondevila, Viajes Deza, Pontevedra; Edurne Ojanguren, Viajes Bizkaia, Galdacano; Teresa Gómez, Viajes El Corte Inglés, Barcelona; Mónica Barrera, Solceuta, Málaga; Fina Puig, Viajes Blanda, Blanes; Ludi Rozas, Viajes Halcón, Gijón; Borja del Barco, Viajes Pineda, Madrid.

2 de mayo
Francisco Díaz, Viajes BCD Travel, Sevilla; Raquel Sevillano, Viajes Insigne, Gelves; Elena Vadillo, Viajes Itálica, Sevilla; Eduardo García Gómez, Viajes Fuentes, Sevilla; Raúl Canseco, Viajes Kasvall, Madrid; Noemí Ordoñez, Viajes Eire, Barcelona; César Álvarez, Viajes Serhs Hotels, Pineda de Mar; Antonio Jansa, Viajes Tecnic, Barcelona; Mª Cruz Cañas, Viajes Abelló, León; Judith Ramilo, Uie Viajes, Madrid.

Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

Nexotur ofrece a sus nuevos suscriptores un regalo excepcional con la Suscripción al Periódico: la edición especial del periódico por el 20 Aniversario del Grupo NEXO.

Un recorrido a fondo por los principales acontecimiento del Sector Turístico en estas dos últimas décadas, a través de las páginas del periódico NEXOTUR.

BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

Deseo suscribirme al **Periódico NEXOTUR** por un año, recibiendo el libro **'No podía ser de otra manera'**, por **sólo 99 euros***.

D./Dª: .....
Agencia: .....
Dirección: .....
Ciudad: ..... Prov.: .....
C.Postal: ..... CIF: .....
☎: (.....) ..... Fax: .....
e-mail: .....
Fecha de nacimiento: ...../...../-19.....
Firma:

Domiciliación Bancaria/Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico NEXOTUR.

|_|_|_|_| |_|_|_|_| |_|_| |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|
Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco: .....
Titular: .....
CIF: .....
Firma:

* Precio y promoción sólo válidos para España

☞ *Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39*

La cadena ha creado cuatro nuevas propuestas para empresarios.

Tryp diseña dos programas para eventos empresariales y particulares

Tryp ha lanzado los programas Be Succesfull y Be Happy para "dar una respuesta innovadora a todas las necesidades de eventos para empresas y particulares", según la cadena. La propuesta está diseñada para reuniones de diversa capacidad, de un día o con alojamiento incluido.

Be Succesfull cuenta con cuatro propuestas para la celebración de eventos empresariales. Así, BE 20, está diseñada para albergar pequeñas reuniones o almuerzos privados en una sala dotada de una mesa de consejo. BE 40 está ideada para celebrar cursos de formación o sesiones participativas y dispone de un montaje en U o mesas en aula. BE 100, con capacidad para un centenar de personas, propone salas multifuncionales, que permiten realizar presentaciones, exámenes, cursos de mayor afluencia o banquetes. Y Be More, para grandes eventos, puede albergar a más de 100 invitados.

En cuanto al programa Be Happy para particulares está diseñado para celebrar todo tipo de fiestas y eventos especiales en las instalaciones de los hoteles de la firma. "Este servicio ofrece asesoramiento y organización a medida con menús originales, cócteles, actuaciones en directo y muchas variedades más", han explicado desde la cadena hotelera.

✉ www.solmelia.com

La Xunta potencia el termalismo entre los jóvenes para desestacionalizar el Sector

Galicia ofrece 12 programas para jóvenes hasta 35 años con precios entre 61 y 98 euros

La Xunta de Galicia ha presentado el programa 'Noches saludables', una iniciativa diseñada por la Administración autonómica para brindar a los jóvenes una alternativa "saludable" que consiste en ofrecer 500 plazas para clientes de entre 18 y 35 años en nueve balnearios de la Comunidad gallega.

La secretaria general de Turismo, Carmen Pardo, destaca que uno de los objetivos del programa es promover Galicia como un destino turístico de "salud y bienestar". Explica, además, que se ha diseñado en colaboración con nuevo balnearios y el centro Talaso Termaria de A Coruña. 'Noches saludables' está cofinanciado por la Secretaría General para el Turismo y la Dirección General de Juventud en un 50%, con la colaboración de la Asociación de Balnearios de Galicia, Hospeco y Termaria-Casa da Auga de A Coruña.

Tanto Pardo, como el director general de Juventud y Voluntariado, Ovidio Rodeiro, señalan que se quiere "fomentar el termalismo y el ocio entre los jóvenes" con estancias de dos días en régimen de media pensión y habitación doble con tratamientos específicos. En concreto, la Xunta pone a disposición de los jóvenes de hasta 35 años 12 programas diferentes en nueve balnearios y Termaria. El precio de la estancia oscila entre 61 y 98 euros, según el programa elegido.

Con el programa se quiere desestacionalizar el destino.

De esta forma, Pardo ha hecho hincapié en la "importancia" de Galicia como región geotérmica y ha incidido en la apuesta por situar a la Comunidad autónoma como un "destino de salud y bienestar". "Queremos compensar los periodos de ocupación más baja utilizando como elemento desestacionalizador la talasoterapia y el termalismo, y además acercando a la juventud este tipo de productos", añade Pardo. Por su parte, Rodeiro destaca que uno de los objetivos adicionales del programa es "desmitificar" que los balnearios "son para mayores o personas con problemas de salud", al mismo tiempo que ha subrayado que los jóvenes podrán encontrar en estos establecimientos "servicios apropiados a sus gustos".

✉ www.turgalicia.es

Especialistas en
Agencias de Viajes

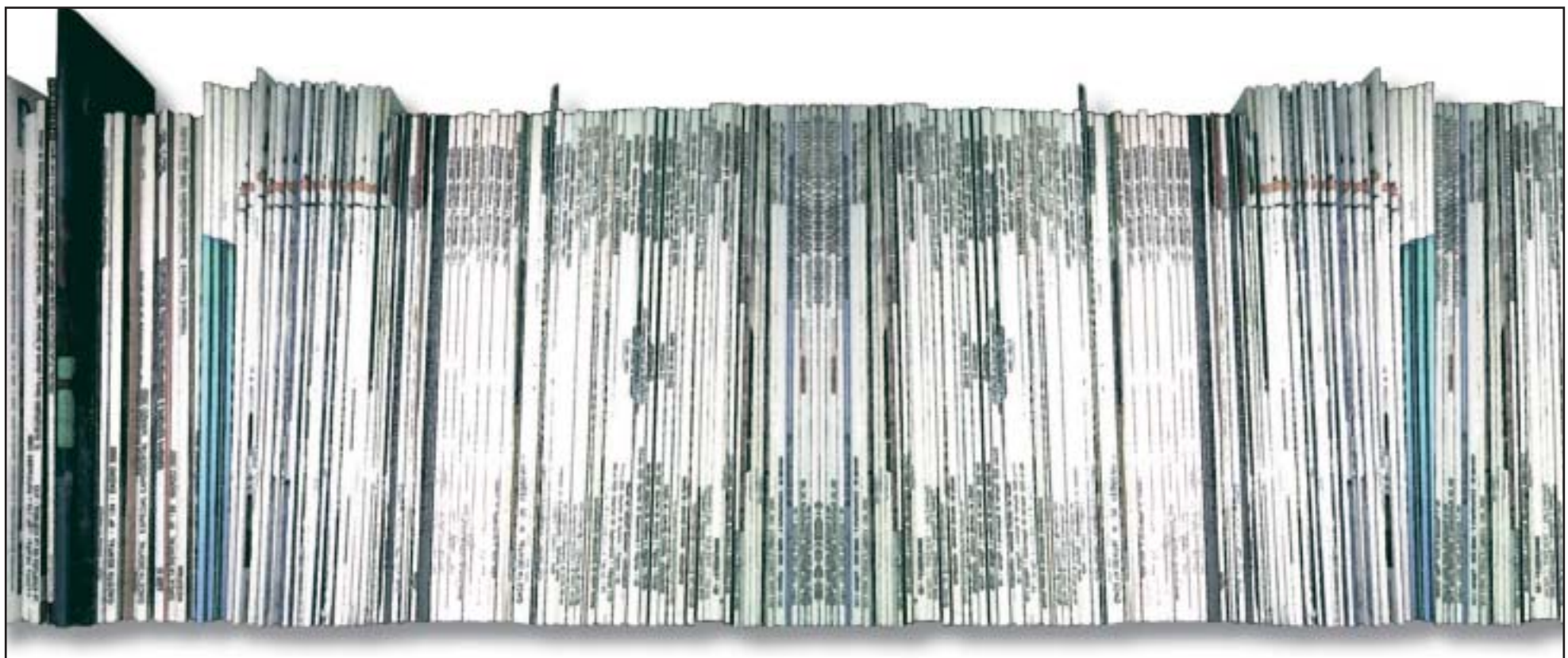
ACF

Asesoría Turística
✔ Contabilidad
✔ Socio-Laboral
✔ Fiscal
✔ Jurídico-Mercantil

Subvenciones

Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid
☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
Fax: 91 522 98 12



Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía.
Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.
Solicite la guía de publicaciones (aeepp@aeepp.com)

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP
Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP
Federación Europea de Editores de Revistas

Confederación Española de Organizaciones Empresariales

AEEPP
Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

club Nexotur

El Club NEXOTUR es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores, accediendo a ofertas especiales para agentes, con grandes descuentos en condiciones excepcionales.

☎ 91 369 41 00
91 369 18 39
club@nexotur.com
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	**18% de descuento** a miembros del Club y **10%** para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars - a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 93 668 30 82
GUAMA	**Descuento del 30%** sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para l aprogramación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 915643918

C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	**15% de descuento** para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 91 531 34 90

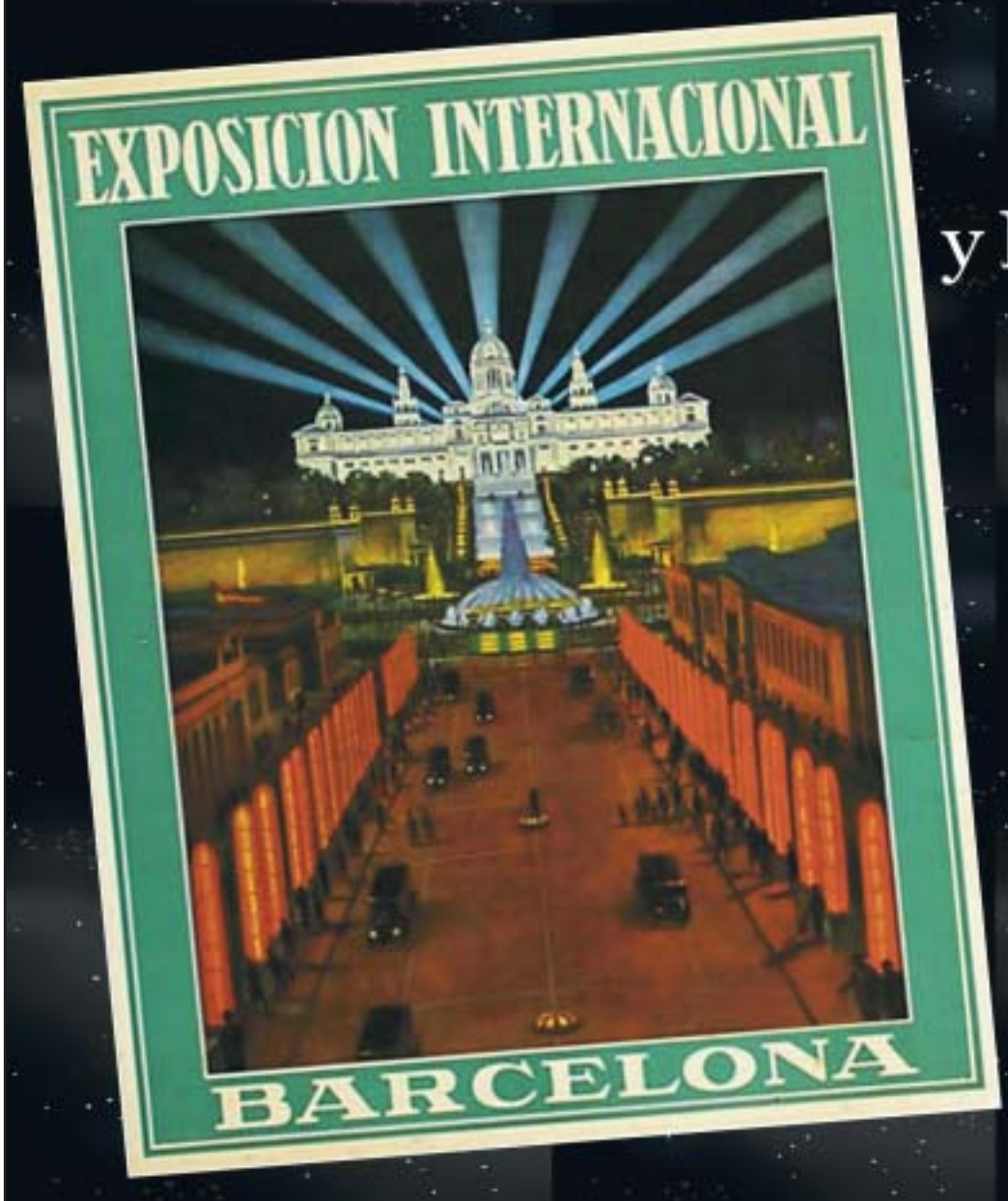
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta **75% de descuento** sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	**50% de descuento** sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 913 14 14 19
BEST WESTERN	**50% de descuento** sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo 2 habitaciones y tres días de estancia. Válido en hoteles españoles. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009		Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	**50% de descuento** sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 902 20 20 10
HOTELES MONTE	**50% de descuento** para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HOTELES SIDI	**70 euros/noche** a Miembros del Club en H. Sidi San Juan. Alicante y H. Sidi Saler, Valencia.	Habitación doble en A.D..Excepto S.Santa y de junio a septiembre. No incluye IVA. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 96 516 13 00 96 516 33 46
HUSA HOTELES	**45% de descuento** sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 956 65 49 01
OCA HOTELS	**50% de descuento** a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 986 72 78 79
PARADORES	**50% de descuento** a miembros del Club en temporada baja y **25%** en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	**50% de descuento** para miembros y acompañantes en temp. baja y **25%** en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	**50% de descuento** sobre tarifa oficial en más de de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com

COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
AVIS	**5% de descuento** sobre tarifa Top Vacaciones y fin de semana.	Vehículos sujetos a disponibilidad. No olvidar mencionar el código awd: W632701.	31-05-2008	Central de Reservas	☎ 902 135 531 902 180 760
HERTZ	Descuentos **15%** fin de semana, **10%** resto semana (España), **5%** Internacional, **22%** furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es

HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	**30% de descuento** sobre la tarifa oficial a miembros del Club y **15%** a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎925 26 91 00 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	**50% de descuento** sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎964 44 34 76 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎926 22 85 45 926 22 86 18

SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
EUROPEA DE SEGUROS	**85% de descuento** sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de viaje. Mod. Individual: 75,89 euros. Mod. Familiar. 138,96 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2009	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 91 457 93 02

El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta en Conexo.net

Diario *online* de Congresos, Reuniones e Incentivos

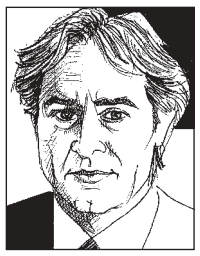
...y recíbelo cada mañana en tu email

Hoteleria

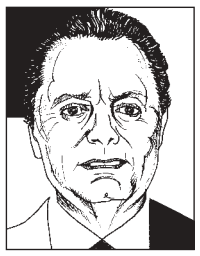
La FEHM y Ashotel anuncian que las pérdidas por las cancelaciones de los vuelos serán 'muy importantes'

La Federación balear propone al Gobierno que, teniendo en cuenta esta situación, aplace la subida del IVA

Dos de las asociaciones más importantes en España del sector hotelero, la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) y la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), han analizado las consecuencias de las cancelaciones de los vuelos, que afectarán a la llegada de turistas a los hoteles de Baleares y Canarias, y han subrayado que las pérdidas para el Sector serán de una magnitud "muy importante".



Antoni Horrach



José F. Cabrera

La junta directiva de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) se ha reunido "con carácter de urgencia" y ha expresado su "cautela" en lo que respecta a aventurar cifras concretas de cancelaciones a causa de la nube provocada por el volcán que ha entrado en erupción en Islandia, aunque ha dado "por seguro" que las pérdidas repercutirán negativamente en las cuentas de explotación de las empresas en un año "ya de por sí extremadamente difícil".

En este sentido, la Federación ha valorado la gestión de la crisis que han hecho, hasta el momento, los turoperadores, las empresas hoteleras y los clientes y ha destacado que, gracias a esto, se han encontrado soluciones para "prácticamente todos" los clientes afectados alojados en los hoteles de Mallorca, principalmente de nacionalidad alemana e inglesa.

Sin embargo, la FEHM ha precisado que su preocupación "no se centra tanto en los clientes que se encuentran cautivos en los establecimientos" como en los que tenían previsto viajar a Baleares y ha señalado que, de momento, "no se vislumbran soluciones, ni tomas de posición realistas por parte de los gobiernos europeos".

En este sentido, los hoteleros han manifestado que se ha creado "mucha confusión" y una "enorme desconfianza", que finalmente se trasladará a los mercados y han insistido en que la recuperación que se estaba produciendo ha quedado "bruscamente interrumpida". De la misma forma, el presidente de la FEHM, Antoni Horrach, ha propuesto que, ante la "gravedad" de la situación, sería "muy importante" que el Gobierno español se replanteara un aplazamiento de la subida del IVA prevista para el próximo mes de julio.

"Creemos que tiene una oportunidad única para corregir esta subida fiscal que significará para el sector una importante pérdida de competitividad en esta temporada turística, que ya arranca con un importante lastre económico añadido, a causa de las cancelaciones de reservas", ha añadido Horrach.

Canarias pierde 100.000 turistas

Por su parte, el presidente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), José Fernando Cabrera, ha calculado que cerca de 100.000 turistas se han visto obligados a permanecer en el archipiélago canario y que otros 100.000 no han podido llegar por la nube de ceniza volcánica.

Además, el presidente de Ashotel ha solicitado que, "dentro del lado de la seguridad", se eliminen las "medidas desproporcionadas" sobre las restricciones de vuelos después de que compañías como Lufthansa, KLM y Air France "hayan demostrado que se ha podido volar sin ningún daño".

Por otro lado, el consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife, José Manuel Bermúdez, ha pedido a los hoteleros que ofrezcan un "precio solidario" a quienes por obligación se han visto obligados a quedarse en la isla por estas circunstancias.

Al respecto, el presidente de Ashotel ha aclarado que quienes afrontan los gastos extraordinarios de estos días "son los turoperadores y las compañías aéreas o bien los propios turistas, que han venido por cuenta de su bolsillo".

Fluxá critica la subida del IVA y señala que el Gobierno 'no apoya al sector'

Miguel Fluxá

El presidente del grupo español Iberostar Hoteles & Resorts, Miguel Fluxá, se ha sumado a las críticas del sector hotelero por el incremento del IVA previsto para el mes de julio por parte del Gobierno central. Fluxá indica que no acepta esta medida por su "impacto en el Turismo" y ha acusado al Gobierno de "no apoyar lo suficiente al sector a pesar de la crisis económica".

El presidente del grupo hotelero ha hecho estas declaraciones en la presentación mundial de la nueva campaña de publicidad del grupo, protagonizada por Antonio Banderas, y ha manifestado que el Ejecutivo central "se está equivocando en muchos casos". Así, señala de manera particular que el Gobierno está errando en la ejecución de una subida de impuestos "antes de que se produzca una recuperación económica". "Nos sentimos apoyados en algún aspecto", ha precisado Fluxá, que ha recordado al Equipo de José Luis Rodríguez Zapatero que los empresarios en España "siempre están dispuestos a pagar sus impuestos, aunque en este caso no ve lógica la subida".

"El Gobierno no lo está haciendo bien desde el punto de vista económico aunque dirigir un país en crisis es difícil", ha añadido el presidente de Iberostar. En este punto, Fluxá ha pedido un diálogo entre el Gobierno y los empresarios, aunque ha reconocido que éste "tardará en llegar".

Excesos y especulación

Por otra parte, el empresario turístico se ha referido al "agotamiento" del modelo turístico de 'sol y playa' en el destino España y ha alertado de que se han hecho "excesos" y de que ha habido "mucha especulación". Además, Fluxá ha recordado al sector hotelero que los clientes lo que demandan son hoteles "adecuados" con "elevados niveles de limpieza y seguridad".

De la misma forma, el presidente de Iberostar ha apuntado que en el mundo turístico se han cometido "muchas equivocaciones", pero que lo importante es "rectificar". Igualmente, el empresario ha subrayado que es "imprescindible" mantener la calidad en los hoteles.

CEOE traslada su 'preocupación' por la modificación de la Ley Antitabaco

La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) ha remitido una carta a la ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez, para trasmitirle la "inquietud y preocupación" de diferentes sectores por la modificación de la Ley Antitabaco. Según la confederación, se trata de un cambio "muy restrictivo" que tendrá un "grave impacto" en el Turismo, la hostelería y el ocio.

El secretario general de CEOE, José María Lacasa, ha señalado que en el actual momento de crisis económica, "con pérdida de miles de empresas y destrucción de empleo", la modificación de la ley sería "particularmente inoportuna", ya que podría agravar, "todavía más", la "precaria" situación de muchos sectores empresariales.

Además, CEOE subraya que la ley vigente "parece cumplir sus objetivos", aunque ha reconocido que su periodo de vigencia puede ser "insuficiente" a efectos de una "rigurosa evaluación de sus resultados en disminución de la prevalencia del tabaquismo". En este sentido, manifiesta que el anuncio de una modificación es "prematuro" y que la prohibición total del tabaco en los espacios públicos cerrados equipararía a España con los "pocos países" de su entorno (Irlanda y el Reino Unido) que han adoptado un planteamiento similar.

Igualmente, CEOE se ha referido a la "notoria inseguridad" que generaría la modificación de una ley con "poco tiempo" de vigencia y que ha obligado a los sectores afectados hacer "cuantiosas inversiones" en sus establecimientos, "la mayoría de las cuales todavía no se han amortizado".

Estudiar impacto

Por todo ello, CEOE ha pedido que se elabore un estudio "riguroso" antes de cualquier reforma que analice el impacto de esta medida en las actividades empresariales a las que pudiera afectar. "Esto exigirá esfuerzos importantes por parte del Gobierno, pero es una medida imprescindible para evitar perjuicios económicos para dichos sectores", añade la confederación.

De la misma forma, Lacasa ha emplazado a Jiménez a celebrar una reunión con representantes de los sectores más implicados para abordar estas cuestiones y buscar un "equilibrio imprescindible" en la protección de los diferentes bienes jurídicos implicados.

Producto

Four Points invertirá 720 millones en 16 hoteles en EE UU, África y Asia

Four Points abrirá 16 nuevos hoteles este año —ocho en Norteamérica y el resto en Asia y África—, como parte de su "plan de rejuvenecimiento de la marca", que cuenta con una inversión de 720 millones de euros, tal y como ha explicado la compañía. Al respecto, el presidente de Desarrollo Global de la cadena, Simon Turner, ha destacado que Four Points continúa experimentando un "significativo desarrollo" en todo el mundo.

El Hotel Sancho Abarca reabrirá en julio convertido establecimiento ecológico

El nuevo Hotel Sancho Abarca de Huesca abrirá sus puertas el 15 de julio tras finalizar las obras de remodelación y ampliación, que aumentarán la superficie del establecimiento a 9.000 metros cuadrados. Además, el hotel será el primero ecológico de Aragón. La compañía ha explicado que el Hotel Sancho Abarca contará con microgeneración energética para la producción eléctrica de consumo propio y distribución del sobrante a la red principal.

Aloft Hoteles abrirá seis nuevos hoteles este año, tres de ellos en la India

Aloft Hoteles abrirá seis nuevos hoteles en 2010, tres de los cuales estarán en la India, dos en Nueva York (EEUU) y otro en Bruselas. Estos establecimientos se unirán a los cuatro que la cadena ha inaugurado en lo que va de año. Los hoteles en la India estarán en Bangalore, Coimbatore y Chenai, con lo que la cadena se expande en un mercado en el que el segmento de viajes corporativos factura cerca de 2.246 millones de euros.

El Parador de Puebla de Sanabria de Zamora recibe la cuarta estrella

La Junta de Castilla y León ha concedido al Parador de Turismo de Puebla de Sanabria, en la provincia de Zamora, la cuarta estrella, después de que la cadena pública haya invertido 4,5 millones de euros en la reforma del establecimiento. El organismo autonómico ha explicado que este ascenso de categoría se debe a las "ambiciosas obras de reforma" que se han acometido en el Parador y que comenzaron en febrero de 2007.

El Sector ha cambiado

y la Información también

Date de alta en NexoHotelcom

Diario *online* de la Hotelería

...y recíbelo cada mañana en tu email

Se modera en febrero la caída de las pernoctaciones en los alojamientos extrahoteleros, con un 2% menos

Los extranjeros pasan menos noches en este tipo de establecimientos, al contrario que los turistas nacionales

Las pernoctaciones en los alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, *campings* y alojamientos de Turismo rural) han superado los 4,6 millones el pasado mes de febrero, lo que supone un descenso del 2,1% respecto al mismo mes de 2009, según los datos analizados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Las pernocataciones de turistas extranjeros caen un 4% y las nacionales crecen un 5,7%.

En febrero, el número de pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros ha caído un 2,1%, con 4,6 millones. De esta forma, como precisa el INE estas cifras constatan una "moderación" respecto al descenso interanual del 6,9% que registraron las pernoctaciones en este tipo de alojamientos en enero.

El instituto estadístico señala además que la caída se debe a la disminución de las pernoctaciones en el caso de los turistas extranjeros —un 4% menos- frente al aumento del 5,7% en el caso de los clientes españoles.

En cuanto al acumulado para los dos primeros meses del año, los alojamientos extrahoteleros han obtenido un 4,5% menos de pernoctaciones en comparación con el mismo periodo del año pasado, tal y como recoge el INE.

Apartamentos turísticos

En el caso concreto de los apartamentos, este tipo de alojamientos ha registrado 3,5 millones de pernoctaciones, un 3% menos en tasa interanual. Además, su oferta ha caído en un 0,5% en febrero, alcanzando las 354.588 plazas.

Por su parte, los acampamentos turísticos han alcanzado las 837.327 pernoctaciones en el último mes analizado, con un 0,7% más respecto a febrero de 2009. Los alojamientos de Turismo rural han sumado 315.887 pernoctaciones, lo que supone una subida interanual del 0,4%, según el organismo estadístico.

La mejor cifra la registran los acampamentos con un leve incremento del 0,7%.

Finalmente, el Indice de Precios en los apartamentos ha descendido el 3,2%. Por el contrario, tanto los acampamentos turísticos como los alojamientos rurales han obtenido repuntes del 1,1% y 0,6%, respectivamente.

La provincia de Alava registra en 2009 la ocupación 'más baja' de toda la década

Los hoteleros creen que la situación del sector es 'alarmante' por la sobreoferta

La Asociación de Hostelería de Alava ha anunciado que la provincia vasca ha registrado una ocupación total del 44,7% durante el año pasado, lo que supone la cifra "más baja" de toda la década, con más de 10 puntos menos que en 2008, cuando la ocupación en los alojamientos alaveses fue del 57,2%.

En 2009 el volumen de negocio de los locales hosteleros alaveses bajó un 17% respecto a 2008, mientras que el empleo en el sector se redujo un 12%, según los datos de la Asociación de Hostelería de Álava. Sobresale, además, que la ocupación ha sido la más baja registrada en toda la década, con un 44,7%.

Al respecto, la asociación señala que los datos son "alarmantes" y que el sector ha entrado en una dinámica "difícil de sostener" porque hay "mucha oferta" y el turista medio que acude a la provincia mayoritariamente no pernocta en la misma. "Debemos solicitar a las instituciones públicas que, a la hora de planificar la estrategia turística de la provincia y de la ciudad, se deben abordar los motivos de por qué los turistas sólo son de paso", ha añadido la organización.

Respecto a las cifras del año 2010, la asociación alavesa ha explicado que los datos de enero y febrero demuestran que continúa la misma tendencia "o incluso empeora" si se comparan con los mismos meses del año 2009.

En los dos primeros meses de este año se ha resgistrado una ocupación del 35,14%, frente al 38,8% de 2009 o el 50,17% de 2008. Sin embargo, la asociación ha recordado que enero y febrero tienen tradicionalmente "peores" cuotas que el resto del año", al mismo tiempo que ha insistido en que la situación, "lejos de mitigarse", "va empeorando" por momentos con la posibilidad "evidente" de seguir destruyendo empleo.

Red.es y Segittur destinarán ocho millones de euros a impulsar el uso de las TIC en las pymes

Cerca de 1.800 establecimientos van a participar en este proyecto del ministerio

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de dos de sus organismos, Red.es y Segittur, quiere "impulsar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las pequeñas y medianas empresas del Sector Turístico". Para ello, ambos organismos han firmado un acuerdo de colaboración.

El presidente de la Sociedad Española para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), Javier Bustamante, y el director de red.es, Sebastián Muriel, han firmado un convenio que contempla la definición y el desarrollo de un "proyecto piloto" que "demuestre la utilidad de las TIC en la mejora de la gestión de hoteles y casas rurales". Así y como consecuencia de esta iniciativa, se buscará una "solución tecnológica" que dé respuesta a las necesidades de estos establecimientos en los distintos puntos de la cadena de valor y centrada en los procesos de reservas y gestión de estancias.

El proyecto, que se pondrá en marcha a lo largo de este año, espera contar con la participación de más de 1.800 establecimientos y se ejecutará en Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, la Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Los resultados se difundirán posteriormente a todas las empresas del sector con el propósito de promover la adopción generalizada de estas soluciones tecnológicas mediante acciones de dinamización, asesoramiento y apoyo dirigidas a las pymes.

En lo que respecta a la inversión, red.es aportará ocho millones de euros procedentes de los fondos europeos FEDER como parte de los convenios de colaboración con las Comunidades autónomas para el desarrollo del programa 'Empresas en Red'.

Paradores fomentará la gastronomía española

El presidente de Paradores de Turismo, Miguel Martínez, y el presidente de la Real Academia Española de Gastronomía, Rafael Ansón Oliart, han firmado un convenio de colaboración para impulsar los proyectos de contenido gastronómico de la firma hotelera.

Según el acuerdo, que tendrá una duración de tres años, la Real Academia prestará asesoramiento a la cadena pública en esta materia y su objetivo será "aunar y elevar exponencialmente los objetivos comunes de ambas entidades", centrados en la "difusión y la promoción de la cultura, el patrimonio, la historia y la gastronomía españolas".

Al respecto, Martínez ha subrayado que se trata de un convenio "muy importante", que demuestra la apuesta "firme y decidida" de Paradores por la gastronomía. En este sentido, ha recordado que cerca del 45% de los ingresos de la cadena pública proceden de la restauración y ha señalado que, de la misma forma que Paradores se encarga de "preservar y restaurar los edificios históricos en que se ubican sus establecimientos", también busca "recuperar y promocionar" la gastronomía tradicional de "todas y cada una de las regiones de España".

Por su parte, el presidente de la Real Academia ha puesto de manifiesto la importancia que para la gastronomía española ha tenido la evolución de la oferta gastronómica de Paradores en los últimos años, "sin duda el mejor lugar para conocer los productos y las recetas típicas de cada Comunidad autónoma".

Producto

Chic&Basic inaugura dos hoteles en Madrid, en Atocha y zona de los Austrias

Chic&Basic ha abierto dos establecimientos en Madrid, con lo que suma ya cinco hoteles a su cartera. La cadena ha explicado que prevé que los dos hoteles aporten unos ingresos de 1,47 millones de euros, lo que supone el 22% de los 6,62 millones de euros que el grupo prevé facturar en 2010. El Chic&Basic Atocha está situado a poco minutos de la céntrica estación madrileña, mientras que el Chic&Basic Mayerling se encuentra en el barrio de los Austrias, en un antiguo almacén textil convertido en hotel.

Rezidor abrirá un hotel en España dentro de dos años, el Radisson Blu Residencia

Rezidor abrirá el Hotel Radisson Blu Residencia Gran Canaria en el primer cuatrimestre de 2012. Se trata de un alojamiento situado donde el antiguo Hotel Dunas, que se renovará totalmente y que ofrecerá 144 apartamentos. El presidente y consejero delegado de Rezidor, Kurt Ritter, ha expresado su "satisfacción" por seguir creciendo en España, donde recientemente ha abierto el primer Radisson Blue en Madrid. El establecimiento estará situado en la costa sur de la isla, cerca de Arguineguin e incluirá un restaurante, zonas de ocio un *spa* de servicio completo y cinco salas de reuniones.

The Giri Residence, nuevo Hotel en Sant Joan, en la isla balear de Ibiza

El colectivo The Pure Destination, que está presente en Marrakech y Bali, ha abierto un hotel *boutique*, The Giri Residence, en la localidad ibicenca de Sant Joan. Se trata de una villa de lujo con cinco *suites* que se encuentra en una edificación de 150 años de antigüedad que se ha renovado totalmente. El nuevo establecimiento de Ibiza se encuentra "oculto entre los campos de la región y alejado de los núcleos más visitados", aunque con la "singularidad" de tener acceso a la villa por una de sus entradas.

TUI Austria premia al Hotel Riu Palace Meloneras Resort de Gran Canaria

El Hotel Riu Palace Meloneras Resort, en Gran Canaria, ha recibido el premio 'Gulet Hotelo 2009' que otorga TUI Austria con la marca Gulet Touristik y que se basa en las opiniones de sus clientes. De este modo, el hotel se distingue como "uno de los 100 mejores del mundo", teniendo en cuenta las calificaciones otorgadas al servicio, las instalaciones y la comida y bebida, y a la oferta de actividades, deporte y entretenimiento.

Intur Hoteles presenta una 'web' amigable dirigida al cliente final

La página que ofrece Intur Hoteles presenta, de una forma clara y de fácil navegación, la información sobre sus seis hoteles en España y la posibilidad, únicamente al cliente final, de efectuar sus reservas, aunque con dos formas diferentes de gestión.

www.intur.com

La Cadena Intur, perteneciente al Grupo Gimeno, informa en su 'sitio' en Internet sobre sus seis hoteles, tres de ellos en Benicássim y el resto en Madrid, Castellón y Alcázar de San Juan. Permite consultar la descripción de cada establecimiento y gestionar sus reservas, aunque presenta dos sistemas diferentes de gestión dependiendo de si se accede desde la primera pantalla o desde las del hotel. En ambos casos sólo permite reservar al cliente final, ya que no dispone de un área para las agencias. La página ofrece únicamente versión en castellano.

INFORMACIÓN

Se accede a cada hotel desde la primera pantalla. Presenta una amplia información, en varias pantallas, incluyendo sus servicios de restauración y la descripción de sus salones de reuniones cuando existen, pero no ofrece la descripción de sus distintos tipos de habitación.

RESERVA

Se accede a dos sistemas diferentes de reservas, uno desde la primera pantalla, que se efectúa en sólo dos pantallas, incluyendo el pago mediante tarjeta de crédito; y el otro desde cada hotel, pero en este caso a veces no ofrece la posibilidad de terminar la reserva.

GENERAL

La página incluye también información sobre el Grupo Gimeno, sus empresas dedicadas al Turismo y ocio y una descripción muy general de Hoteles Intur. Dedica un apartado específico a su oferta de salones para reuniones y también incluye un áera de noticias.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de pantallas muy claras y de fácil acceso, cuyo uso resulta muy amigable para el usuario.

▼ Lo Peor / Getión Reservas

Debería evitar la existencia de dos sistemas diferentes de reservas, que en algunos casos no permite reeservar.

INTUR / Hoteles

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La *web* de Intur Hoteles resulta de muy poco interés para los profesionales de Turismo, que sólo pueden consultar en ella las características y los precios de sus seis hoteles, pero sin ninguna referencia a las agencias ni posibilidad de gestionar en ella sus reservas.

6,7

Entrada / Presenta el acceso a cada uno de sus seis hoteles, sus formas de contacto y la primera pantalla de reservas.

Producto / Ofrece la descripción del hotel en varias pantallas, incluyendo las características de sus salones para reuniones.

Reserva / Presenta dos sistemas de reservas, dependiendo de la forma de acceso, pero uno de ellos no permite acabarlas.

El 'sitio' de Niki ofrece la gestión de sus vuelos para las agencias

La línea aérea Niki presenta una página sencilla pero bien diseñada, que ofrece a clientes y agencias la información sobe sus vuelos y los de sus asociados y un sistema de reservas de vuelos y de *rent a car* en los aeropuertos en los que opera.

www.flyniki.com

El *web* de **Niki**, compañía aéra austriaca asociada a Air Berlín y LTU ofrece, con una estructura que permite una fácil gestión a clientes, que pueden estar registrados, y agencias de viajes de alta en el sistema, una información muy adecuada de la empresa, su programa de fidelización, sus vuelos y los de código compartido. También incluye una sencilla gestión de reservas, en seis pasos, con información sobre las mejores tarifas y oferta de alquiler de coches en destino. La página presenta versiones en castellano, alemán, inglés, francés e italiano.

INFORMACIÓN

Presenta en la primera pantalla un plano activo de los vuelos en el que informa de los destinos posibles desde un origen determinado y permite seleccionar trayecto para la reserva. También dispone de un buscador de horarios que informa de los destinos por origen.

RESERVA

Su sistema de reservas, de pago con tarjeta, aunque también dispone de un área para las agencias, es muy fácil de utilizar, a pesar de que obliga a completar seis pasos. Ofrece una información adecuada de todas las alternativas, indicando cuál es la mejor tarifa.

GENERAL

La página ofrece información sobre la empresa, su historia, su flota, su programa de fidelización Topbonus y su colaboración con Air Berlín y LTU. También incluye un área de información al viajero y otra sobre sus ofertas, así como una guía de aeropuertos.

▲ Lo Mejor / Completa

Ofrece una información y un sistema de gestión de reservas muy completas y de fácil uso para clientes y agencias.

▼ Lo Peor / Mapa de Vuelos

En el mapa de vuelos aparecen trayectos como directos aunque al entrar en la reserva se trata de vuelos combinados.

NIKI / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

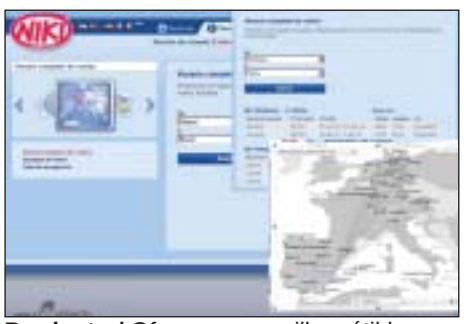
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
6	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	BILLETE ELECTRONICO									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Niki ofrece a las agencias de viajes una sencilla herramienta para gestionar sus reservas *on-line* en Internet, con información adecuada de sus vuelos y los de sus compañías asociadas, así como sobre las tarifas de las diferentes alternativas de los vuelos solicitados.

7,8

Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas, su red de trayectos en un mapa activo y la primera pantalla de reservas.



Producto / Ofrece un sencillo y útil buscador de vuelos, que también presenta en un sistema de mapas activos.

Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas en seis pasos que incluye un área especial para las agencias.

El 'site' turístico de Huesca ofrece una limitada información en la Red

El Ayuntamiento de Huesca presenta una *web* sobre el Turismo en la ciudad y su entorno, que dispone de un diseño y una estructura adecuadas, pero con unos contenidos muy limitados, tanto en número de establecimientos como en su información.

www.huescaturismo.com

El 'sitio' oficial de Turismo creado por el Ayuntamiento de Huesca, puede ser una herramienta muy adecuada por su correcto diseño y su estructura de fácil acceso. Sin embargo, por el momento ofrece un número limitado de atractivos y establecimientos turísticos, incluyendo únicamente sus datos más básicos, sin ninguna descripción en la mayoría de los casos. Aún así, incorpora enlaces generales, y en algunos establecimientos, con otras páginas para ampliar la información. La página dispone de versiones en castellano, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Permite acceder a alguna información sobre temas como la ciudad, su entorno o su bus turístico y presenta a una relación muy incompleta de sus atractivos por tipo, sin su descripción, aunque en algunos de ellos incluye el enlace con su *web* para ampliar información.

RESERVA

Dispone de una guía de establecimientos relacionados con el Turismo, a los que permite acceder por tipo y localidad, que incluye alojamientos y restaurantes, pero es también incompleta y para la gestión de reservas sólo incluye enlaces con algunos hoteles.

GENERAL

Informa sobre las formas de viajar a Huesca y los enlaces con las empresas de transporte, así como la información sobre oficinas de Turismo, su carnet de Turista y algunas visitas guiadas. También incluye un área de noticias, enlaces de interés y un formulario de contacto.

▲ Lo Mejor / Estructura

La página dispone de una estructura bien diseñada, con un fácil acceso a todas sus áreas de información.

▼ Lo Peor / Información

Ofrece una información muy limitada, tanto en cuanto a la relación de elementos de cada tema como a su descripción.

HUESCA / Destino

Ponderación de los Valores

Peso	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10	DISEÑO
10	FACILIDAD
8	ROBUSTEZ
8	VELOCIDAD
10	% DEL PRODUCTO
6	ACTUALIZACIÓN
10	CALIDAD INFORMACIÓN
10	COBERTURA PRODUCTO
10	IDIOMAS
10	ENLACE CON OTROS PORTALES
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS
6	GESTION DE TRANSPORTES
4	GESTION DE OTROS SERVICIOS

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página oficial de Turismo en Huesca puede llegar a ser de interés para los agentes de viajes si amplía tanto la relación como las descripciones de su buscador de establecimientos, ya que su diseño y estructura permiten un fácil acceso a todos sus contenidos.

6.0

Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información y un completo buscador por tipo de establecimiento y localidad.

Producto / Accediendo por tipo al buscador, ofrece una relación, indicando en cuales se puede ampliar información en su *web.*

Reserva / Ofrece, en un buscador de establecimientos, una relación con sus datos básicos y el enlace con su página.

El centro congresual de Estepona muestra sus espacios en Internet

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Estepona presenta una página de propósito muy limitado en la que informa de forma muy general sobre el edificio, sus espacios y algunos de los servicios que ofrece a los organizadores de eventos.

www.palaciocongresosestepona.com

El 'sitio' *web* que ofrece el **Palacio de Exposiciones y Congresos de Estepona,** contempla, con un diseño y una presentación muy mejorables, la descripción, a nivel muy general, de sus espacios y servicios, sin incluir ningún tipo de información para la gestión de los organizadores de eventos, excepto algunas direcciones de contacto. La página, que presenta versiones en castellano e inglés, tampoco incluye una agenda de eventos programados ni ofrece información sobre la ciudad ni sobre otros servicios, turísticos ni para eventos, en la zona.

INFORMACIÓN

Sólo ofrece un presentación general del edificio, la relación de sus espacios con una reducida descripción y algunas fotografías. También permite descargar un catálogo en PDF, pero no informa sobre la situación del palacio ni sobre sus formas de acceso.

SERVICIOS

Incluye únicamente una relación de los servicios que ofrece en cada uno de sus espacios, pero sin ninguna descripción ni sus tarifas. Tampoco informa sobre proveedores externos en la zona, ofreciendo únicamente su dirección, teléfono y correos de contacto.

EVENTOS

Permite el acceso a un área de eventos realizados, pero no incluye ninguna información sobre su programación, limitándose a reseñar los tipos de eventos para los que recomienda sus servicios incluyendo algunas fotografías sobre los mismos.

▲ Lo Mejor / Sencillez

La página cubre el objetivo de dar a conocer la existencia del palacio en Estepona y algunas de sus características.

▼ Lo Peor / Utilidad

Ofrece a los organizadores una información muy limitada sobre sus espacios y servicios, y ninguna a los visitantes.

ESTEPONA / Congresos

Ponderación de los Valores

Peso	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10	DISEÑO
10	FACILIDAD
8	ROBUSTEZ
8	VELOCIDAD
8	% DEL PRODUCTO
10	ACTUALIZACIÓN
8	CALIDAD INFORMACIÓN
6	COBERTURA PRODUCTO
10	IDIOMAS
10	INFORMACIÓN A EXPOSITORES
10	INFORMACIÓN A VISITANTES
10	INFORMACIÓN DEL ENTORNO
6	OTROS SERVICIOS

EVALUACION NEXOTUR.COM

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Estepona presenta una página con muy poco contenido de interés para los organizadores de eventos, a los que sólo ofrece una descripción general de sus espacios, sin información de tarifas ni de los eventos programados.

4.0

Entrada / En la primera pantalla presenta una descripción general, algunas fotografías y el acceso al resto de sus áreas.

Servicios / Presenta la relación de sus espacios, con una reducida descripción de sus características y sus servicios.

Eventos / Aunque ofrece un área de 'Eventos realizados', sólo informa sobre los tipos de eventos que cubren sus servicios.

indicadores

EL PULSO

El BSP sólo crece de lejos

EN LOS DOS SENTIDOS. Su crecimiento se ve más como una posibilidad a largo que a corto plazo, y a éste sólo existe para los destinos más lejanos. De hecho, con los datos de marzo, es decir ya el primer trimestre completo, y englobando las reservas para Semana Santa, encontramos descenso del 12% par los destinos nacionales, estabilidad para los europeos y crecimientos del 7, 18 y 33% respectivamente para África, América y Extremo oriente. En el acumulado del trimestre los resultados son algo peor, lo que indica que la tendencia es a una lenta mejoría, pues encontramos baja del 13% para vuelos domésticos, y del 3% par los europeos, mientras los africanos repiten resultados, los americanos crecen un 11% y los de Extremo Oriente un 21%. Así pues, la actividad parece estabilizarse o tender a su recuperación, excepto en los vuelos nacionales, más sujetos a la crisis al contar con alternativas como las ferroviarias o incluso, cada vez con más fuerza, el coche propio.

JOSÉ ARQUERO

Previsión

Dólar USA

19.4.2010
1,354 $/E

Precios del Seguro de Cambio		
PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,412 $/E
	6 Meses	1,409 $/E
	12 Meses	1,407 $/E

Yen Japonés

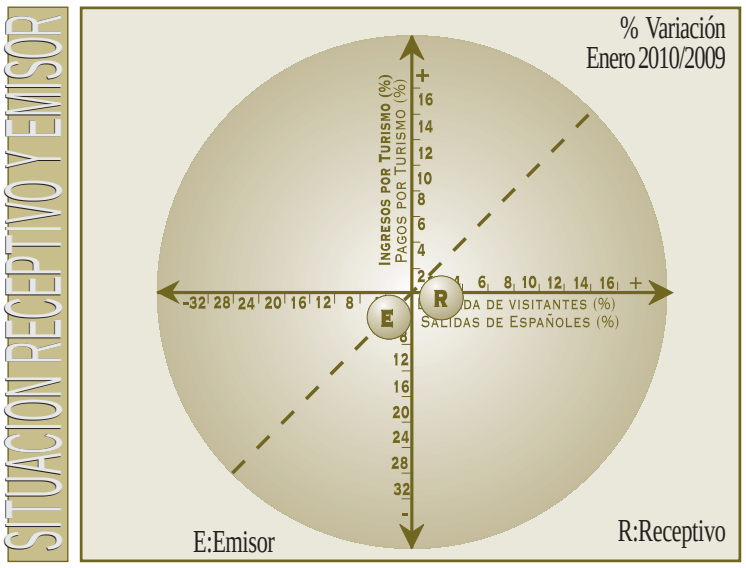
19.4.2010
125,300 ¥/E

Precios del Seguro de Cambio		
PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	124,167 ¥/E
	6 Meses	123,972 ¥/E
	12 Meses	123,905 ¥/E

Libra Esterlina

19.4.2010
0,877 £/E

Precios del Seguro de Cambio		
PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,877 £/E
	6 Meses	0,876 £/E
	12 Meses	0,876 £/E



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

EL IPC DE MARZO vino completamente condicionado por la evolución de los precios del petróleo, agravados por la caída del euro frente al dólar, y en consecuencia los resultados fueron claramente inflacionistas. De hecho, el Transporte aéreo vuelve a presentar una tasa positiva, mientras que el viaje organizado modera su baja con relación al año pasado. Además de la incidencia directa en los costes del Sector, la influencia sobre una opinión pública ya deprimida es muy negativa al sumarse a los efectos de la recesión los de unas subidas de precios, que se van haciendo notar en todos los órdenes del consumo. Y específicamente en el Emisor, el alza de costes generales vuelve a comprometer su rentabilidad.

El INDICE NEXOTUR sobre Turismo Receptivo y Emisor (© Derechos Reservados) engloba tanto los movimientos reales de personas (entradas de visitantes y salidas de españoles), como las transferencias dinerarias realizadas por estos conceptos, expresándose ambos parámetros en términos de variación interanual, sobre el mismo periodo del ejercicio anterior. Los incrementos positivos se reflejan hacia arriba y la derecha en el caso del Receptivo y hacia abajo y a la izquierda en el Emisor. La situación de las esferas que los representan permite conocer no sólo su evolución absoluta, sino también la calidad del visitante extranjero, o español que sale, en función de los ingresos/pagos realizados *per capita* en cada caso. *Este índice, basado en las fuentes citadas, es de elaboración propia de NEXOTUR, estando estrictamente prohibida su reproducción total o parcial y por cualquier medio, sin expresa autorización del Nexo Editores, S.A., empresa editora.*

Guía NEXOTUR de Divisas del Mundo

PAIS	Divisa	Cambio
AFGANISTAN	Afgani	62,27
ALBANIA	Lek	138,42
ANGOLA	Kwanza	127,18
ANT. NEERL.	Guilder	2,42
ANTIGUA	Caribe	3,65
ARABIA SAUDI	Rial	5,07
ARGELIA	Dinar	98,19
ARGENTINA	Peso	5,23
ARMENIA	Dram	528,14
ARUBA	Florin	2,42
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,46
AZERBAIJAN	Manat	1,09
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,35
BAHRAIN	Dinar	0,51
BANGLADESH	Taka	93,55
BARBADOS	Dólar Barbados	2,70
BELIZE	Dólar Belize	2,63
BENIN	Fco. CFA	655,96
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,35
BHUTAN	Ngultrum	59,87
BIELORRUSIA	Rublo	4.003,62
BOLIVIA	Boliviano	9,48
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96
BOTSWANA	Pula	9,18
BRASIL	Real	2,37
BRUNEI	Dólar Brunei	1,85
BULGARIA	Lewa	1,96
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.661,56
CABO VERDE	Escudo	109,68
CAMBOYA	Rial	5.625,87
CAMERUN	Franco CFA	655,96
CANADA	Dólar Canada	1,37
CHAD	Franco CFA	655,96
CHILE	Peso	705,83
CHINA	Yuan (o)	9,22
COLOMBIA	Peso	2.626,94
COMORES	Franco	491,97
CONGO	Franco CFA	655,96
CONGO (R.D.)	Franco	1.214,91
COREA NORTE	Won	1,76
COREA SUR	Won	1.499,54
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96
COSTA RICA	Colón	697,45
CROACIA	Kuna	7,26
CUBA	Peso Cubano (o)	1,35
DINAMARCA	Corona	7,44
DJIBOUTI	Franco	237,39
DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,65
ECUADOR	Dólar	33.768,80
EEUU	Dólar	1,35
EGIPTO	Libra	7,45
EL SALVADOR	Colón	11,82
ERITREA	Nakfa	20,26
ESTONIA	Kroon	15,65
ETIOPIA	Birr	18,23
FIJI	Dólar Fiji	2,59
FILIPINAS	Peso	59,98
GABON	Franco CFA	655,96
GAMBIA	Dalasi	35,52
GEORGIA	Lari	2,36
GHANA	Cedi	1,92
GRANADA	Dólar E. Caribe	3,65
GUAM	Dólar USA	1,35
GUATEMALA	Quetzal	10,82
GUINEA	Peso	655,96
GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96
GUINEA ECUAT.	Franco	6.780,77
GUYANA	Dólar	274,19
HAITI	Gourde	53,69
HONDURAS	Lempira	25,52
HONG-KONG	Dólar	10,48
HUNGRIA	Forint	263,90
INDIA	Rupia	59,87
INDONESIA	Rupia	12.166,90
IRAN	Rial	13.365,70
IRAQ	Dinar	1.573,62
IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,11
IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,35
IS. VIRG. USA	Dólar	1,35
ISLANDIA	Corona	170,76
ISRAEL	Shekel	5,00
JAMAICA	Dólar	119,71
JAPON	Yen	124,60
JORDANIA	Dinar	0,96
KAZAKHSTAN	Tenge	197,90
KENYA	Shilling	104,41
KIRGUISISTAN	Som	61,11
KIRIBATI	Dólar Australiano	1,46
KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39
LAOS	Kip Pot Po	11.396,30
LESOTHO	Maluti	9,99
LETONIA	Lats	0,71
LIBANO	Libra	2.026,80
LIBERIA	Dólar	93,20
LIBIA	Dinar	1,17
LITUANIA	Litas	3,45
MACAO	Pataca	10,80
MACEDONIA	Denar	61,55
MADAGASCAR	Ariary	2.751,48
MALASIA	Ringgit	4,31
MALAWI	Kwacha	203,69
MALDIVAS	Rupia	17,29
MALI	Franco	655,96
MALVINAS	Libra Falkland	0,88
MARRUECOS	Dirham	11,20
MAURICIO	Rupia	41,20
MAURITANIA	Ouguiya	362,00
MEXICO	Peso	16,47
MOLDAVIA	Leu	17,02
MONGOLIA	Tugrik	1.906,92
MONTENEGRO	Euro	1,00
MONTSERRAT	Dólar	3,65
MOZAMBIQUE	Metical	47,65
MYANMAR	Kyat	8,66
NAMIBIA	Rand	9,99
NAURU	Dólar	1,46
NEPAL	Rupia	95,78
NICARAGUA	Gold	28,55
NIGER	Franco CFA	655,96
NIGERIA	Naira	203,17
NORUEGA	Corona	7,96
NUEVA ZELANDA	Dólar	1,90
OMAN	Rial	0,52
PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25
PAKISTAN	Rupia	113,54
PANAMA	Balboa	1,35
PAPUA N. GUIN.	Kina	3,57
PARAGUAY	Guaraní	6.355,28
PERU	Nuevo Sol	3,83
POLONIA	Zloty	3,88
PUERTO RICO	Dólar USA	1,35
QATAR	Rial	4,92
R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96
R. DOMINICANA	Peso	49,17
REINO UNIDO	Libra	0,88
REP. CHECA	Corona	25,15
RUANDA	Franco	773,92
RUMANIA	Leu	4,15
RUSIA	Rublo	39,22
SALOMON	Dólar	10,65
SAMOA OCC.	Tala	3,36
SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,65
SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,65
SANTA HELENA	Libra	0,88
SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,65
SAO TOME	Dobra	24.320,30
SENEGAL	Franco CFA	655,96
SERBIA	Dinar	99,31
SEYCHELLES	Rupia	16,14
SIERRA LEONA	Leone	5.258,98
SINGAPUR	Dólar	1,85
SIRIA	Libra	61,93
SOMALIA	Shilling	1.992,36
SRI LANKA	Rupia	153,99
SUAZILANDIA	Lijangeni	9,99
SUDAFRICA	Rand	9,99
SUDAN	Libra	3,01
SUECIA	Corona	9,70
SUIZA	Franco	1,43
SURINAM	Dólar	3,71
TAILANDIA	Baht	43,52
TAIWAN	Dólar	42,37
TAJIKISTAN	Somoni	5,90
TANZANIA	Shilling	1.847,15
TOGO	Franco CFA	655,96
TONGA	Pa'anga	2,63
TRINIDAD	Dólar	8,62
TUNEZ	Dinar	1,90
TURKMENISTAN	Manat	19.200,90
TURKS & CAICOS	Dólar US	1,35
TURQUIA	Lira	2,00
TUVALU	Dólar Australiano	0,69
U.E.A.	Dirham	4,96
UCRANIA	Hryvnia	10,70
UGANDA	Shilling	2.809,56
URUGUAY	Peso	26,20
UZBEKISTAN	Sum	2.107,18
VANUATU	Vatu	133,00
VENEZUELA	Bolivar (o)	5,80
VIETNAM	Dong	25.630,50
YEMEN	Rial	302,61
ZAMBIA	Kwacha	6.267,48
ZIMBABUE	Dólar	511,53

Notas: Los cambios deben considerarse promediados y orientativos, sin que estas cotizaciones tengan carácter alguno de oficiales salvo indicación expresa en contrario.
NEXOTUR no asume responsabilidad alguna por las consecuencias que del uso indebido de los cambios de esta Guía pudieran derivarse. / Como norma general, los cambios vienen expresados en unidades extranjeras por euro. (o) Cambio oficial, diferente de las transacciones comerciales o del utilizado para operaciones de tipo turístico. n.d. no disponible.(#) Nombre actual del país: MYANMAR.

Principales Indicadores Economicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentario
Ingresos por turismo	Enero 2010	2.433 M	-2,2 % (anual)	Sigue moderándose la caída
Pagos por turismo	Enero 2010	817 M	-4,7 % (anual)	Contención del descenso
Entrada de turistas	Enero-Febrero 2010	5.271.021	+4.0% (anual)	Concentrado en viaje particular
IPC / Viaje organizado	Marzo 2010	100,107	-2,7% (anual)	La recesión fuerza bajas de precios

3NOTAS: M: Millones de Euros. Fuentes: Banco de España, INE, IET, SECYT.

Booking

NEXOTUR INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad
☎ 91 369 41 00
Fax 91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU ☎ 902-101049-91-7004421
Génova, 16 MADRID Fax 91-3196786

ALONDRA/CALIPSO VACACIONES ☎902-355444/968-355444
Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA Fax 902-355443

AMBASSADOR TOURS ☎ 91-7582828
Toronga, 23 Bajo MADRID Fax 91-5598588

AMBASSADOR TOURS ☎ 93-4827108
Valencia, 231 1º BARCELONA Fax 93-4827131

AÑOS LUZ SA ☎ 91-4451145-902-101202
San Bernardo, 97-99 MADRID Fax 91-5939181

AÑOS LUZ SA ☎ 93-3101828-902-101303
Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA Fax 93-3101424

AÑOS LUZ SA ☎ 94-4242215-902-101404
Berastegui, 4 bajo I BILBAO Fax 94-4235593

A SU AIRE ☎ 926-274157/226259
Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL Fax 926-226334

AVIOTEL ☎ 91-5561293
Capitán Haya, 9 interior MADRID Fax 91-4170365

AVIOTEL ☎ 93-3011784
Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA Fax 93-3184674

AVIOTREN ☎ 91-5983315
Capitán Haya, 9 interior MADRID Fax 91-4174516

AVIOTREN ☎ 93-3011784
Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA Fax 93-3184674

CALIMA VACACIONES ☎ 902-326292
Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmany (Ibiza) Fax 971-3466462

CATAI TOURS ☎ 91-4093281 4091125
O'Donell, 49 MADRID Fax 91-4096692

CATAI TOURS ☎ 91-5044254
O'Donell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID Fax 91-5044674

CATAI TOURS ☎ 93-2150103
Napoles, 227 3º BARCELONA Fax 93-2157360

CLUB VACACIONES ☎ 91-5972200-5970129
Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID Fax 91-5970916

CONDOR VACACIONES ☎ 91-5674242-5674200
Pedro Villar, 12 MADRID Fax 91-5674263

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Mahonia, 2 MADRID Fax 91-5214254

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA Fax 91-5214254

DIAS LIBRES ☎ 91-7451111
Lagasca, 120 Of. 1 MADRID Fax 91-5614469

ENTORNO NATURAL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

EXPO MUNDO ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

EV EMPRENDER ☎ 902020702
Gran Vía, 39 3º MADRID

GUAMA SA ☎ 91-7823787
Po. de la Habana, 28 MADRID Fax: 91-5643918

HOTELPLUS ☎ 902 358358/91-7244747
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-654 99 77

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 93-425.30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA Fax 93.425.38.07

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 91-5427933
Silva, 2 6º 2ª MADRID Fax 91-5422071

HVALATRAVEL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

IBEROJET ☎ 971-070428
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. Fax 971-040466

INTERMUNDOS ☎ 91-5320413
Fuencarral, 9 1ºB MADRID Fax 91-5221241

MSC CRUCEROS ☎ 91 308308
Arequipas, 1 MADRID Fax 91-3821664

MUNDICOLOR ☎ 902-361926
Mahonia, 2 MADRID Fax 93-4827131

NIZA TOURS - VIAJES NIZA ☎ 902-995950
Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE) ☎ 922-793868

NO MÁS FRONTERAS.COM ☎ 902-510120
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS ☎ 91-5472509
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax 91-5471792

OKATOUR ☎ 91-1417960/61
Albasanz, 16 4º MADRID Fax 91-1417895

ORBIS ☎ 91-5612373
Av. Doctor Arce, 25 MADRID Fax 91-5614242

PAISAJESTRANSVÍA TOURS ☎ 96-3414400
Albacete, 19 VALENCIA Fax 96-3423777

PANAVISIÓN TOURS ☎ 91-5860800
Goya, 22 MADRID Fax 91-5860846

PANAVISIÓN TOURS ☎ 93-2159515
Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA Fax 93-4871458

POLITOURS ☎ 91-5416200/902-877778
San Bernardo, 17 MADRID Fax 91-5597889

POLITOURS ☎ 93-3175099/902-877778
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA Fax 93-3181683

POLITOURS ☎ 945-245500/902-877778
Av. Gasteiz, 53 VITORIA Fax 945-3220396

POLITOURS ☎ 96-3944004/902-877778
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA Fax 96-3944618

POLITOURS ☎ 95-2305323/902-877778
Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA) Fax 95-2305479

PORTUGAL TOURS ☎ 91-5484600-902-109898
Buen Suceso 14, 28008, MADRID Fax 91-5419826

PROTEL ☎ 91-5096101-902-196100
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID Fax 91-3729198

RHODASOL-TURIMAR ☎ 91-4014949
Gran Vía 71, 28013 MADRID Fax 91-4024400

RHODASOL-TURIMAR ☎ 976-391911
Coso 89-91 1º ZARAGOZA Fax 976-299435

SOLAFRICA ☎ 91-3532740
Federico Salmón, 1 MADRID Fax 91-3503896

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 971-070435
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. Fax 971-040466

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 93-5100710
Valencia, 231 2º BARCELONA Fax 93-4880792

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 91-2960101 / 902239644
Julio Camba, 1 7º MADRID Fax 91-3612578

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 96-3944625
Luis Vives, 7 VALENCIA Fax 96-3942381

TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR ☎ 91-4568600
Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID Fax 91-4568773

TOURALP ☎ 91-5768445
Príncipe de Vergara, 47 MADRID Fax 91-4359088

TOURING CLUB ☎ 902-100456/94-4277381
Gran Vía, 81 2º BILBAO Fax 94-4206024

TRANSVACACIONES ☎ 902 164102/91-7242422
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-623 98 17

TRAPSATUR ☎ 902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID Fax 91-5427855

TRAVELPLAN ☎ 91-5406000
Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID Fax 91-5411099

TURAVIA CLUB ☎ 902 354355
Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID Fax 91-3297515

TURVISA ☎ 91-5419210 902-234353
San Bernardo, 5-7 MADRID Fax 91-5416174

UNIPLAYAS ☎ 952-378646
C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS Fax 952-375372

UNIPLAYAS ☎ 93-4905450
Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA Fax 93-4906479

UNIPLAYAS ☎ 91-5401840
C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID Fax 91-5401841

VIVA TOURS ☎ 902-353354/55 91-3297400
Trespaderne, 29 4º Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO ☎ 91-5489810
Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID Fax 91-5481527

ALITALIA ☎ 91-1217401
Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID Fax 91-4414956

ALITALIA ☎ 902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA Fax 93-4158379

AIR EUROPA ☎ 971-178100
Centro Emp. Globalia. Llucmajor MALLORCA Fax 971-178360

AIR SPAIN BROKER ☎ 91-3083444
Almagro, 19, Madrid Fax 91-3198440

FINNAIR ☎ 901888126
Fontanella, 12 B 3º BARCELONA Fax 901888128

FLYTUR AIR MARKETING ☎ 91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID Fax 91-5423710

IBERIA ☎ 91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID Fax 91-5877502

LAN ☎ 91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID Fax 91-5560933

LOT ☎ 91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID Fax 91-5595365

SPANAIR ☎ 902-131415-971-745020
Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA Fax 971-492553

US AIRWAYS ☎ 91-4444700
Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA ☎ 902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE Fax 96-5787605

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

EUROFERRYS ☎ 956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS Fax 956-653379

MSC CRUCEROS ☎ 91 382 16 61
Arequipas, 1 MADRID Fax 91-3821664

P&O PORTSMOUTH ☎ 94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO Fax 94-4235496

CROISI EUROPE ☎ 91-2952497
General Oraa, 5 1º MADRID Fax 91-6816757

SPANISH CRUISE LINE ☎ 91-5317102
Alcalá, 54 MADRID Fax 91-5230612

ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA ☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es

VISION CRUCEROS ☎ 91-7896400
www.visioncruceros.com ☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL ☎ 91-6307315
Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID Fax 91-6307312

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 93-4125956
Diputación, 238 sobreatico BARCELONA Fax 93-4122914

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 91-3082962
Zurbano, 56 MADRID Fax 91-3086502

RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea Asista) ☎ 902-105205
Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR ☎ 91-7477570
Marzo, 34 MADRID Fax: 91-7481114

AUTOS D'OR RENT A CAR ☎ 971-657173
Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA Fax 971-643147

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA ☎ 91-4363319
Conde de Aranda, 1- 3º Dcha. MADRID Fax 91-5768827

EUROPCAR ☎ 91-7226200/91-102020
Av. Partenón, 16-18 MADRID Fax 91-7226201

HOLIDAY AUTOS ☎ 902-448449
Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA Fax 93-4813833

IBL (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

RECORD RENT A CAR ☎ 964-343000/902123002
Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN Fax 964-343010

VICENTE RENT A CAR ☎ 928-512694-543456
LANZAROTE. Y CANARIAS Fax 928-514137

Centrales de Reservas

BEST WESTERN ☎ 900-993900-91-5614622
Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID Fax 91-5618625

CANARIAS.COM - NIZA TOURS ☎ 902-995950
Av. Las Américas, cc Americas Pz L26 ARONA (TENERIFE) Fax 922-793868

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

CENTRALIA ☎ 902-200063
Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS Fax 902-200064

HOTEL JARDIN TECINA ☎ 922-145864-66
Lomada de Tecina LA GOMERA Fax 922-145865

GRUPO NATURA ☎ 93-6801600
Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA) Fax 93-6800944

HOSPEDERIAS REALES ☎ 902-202010
Fraile, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL Fax 926-361788

HOTUSA-EUROSTARS ☎ 902-222999-93-3199062
Princesa, 58 Principal BARCELONA Fax 93-2681945

HUSA HOTELES ☎ 93-5101300
Sabino Arana, 27 BARCELONA Fax 93-3397064

INTERHOME ☎ 93-4090522
Guitard, 45 BARCELONA Fax 93-4090493

KEYTEL ☎ 902101314
C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA Fax 93-4541108

MARKHOTEL ☎ 91-5210303-902-151515
Jacometrezo, 4 MADRID Fax 91-5215999

PARADORES ☎ 91-5166666
Requena, 3-5 MADRID Fax 91-5166657

RESTEL ☎ 91-7365040
Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID Fax 91-7365040

RIU HOTELS ☎ 971-743030
Laude s/n PALMA DE MALLORCA Fax 971-744171

SOL MELIA ☎ 902-144444
Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA Fax 91-5791392

TRANSHOTEL ☎ 902 164164/902 164163
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 902 444 164

UTELL ☎ 91-5949494/902-454647
Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º Fax 91-5949482

Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES ☎ 93-3429990
Ronda Universidad, 9 7º Fax 93-3429991

GRUPO STAR ☎ 91-5502160
Luisa Fernanda, 12 MADRID Fax 91-5432689

INFOASTURIAS ☎ 902-300202
Pza. España, 5 1ª OVIEDO Fax 985-273487

INST.BALEAR PROMOCION TURIST. ☎ 971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA Fax 971-176185

UNAV (Unión de Agencias de Viajes) ☎ 91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO ☎ 91-7477570
Marzo, 34 MADRID Fax: 91-7481114

AUTOCARES GARCÍA TEJEDOR ☎ 91-4737773
Jaime El Conquistador, 34 MADRID Fax: 91-4738072

COAVITUR ☎ 91-3265280
Hermanos Gómez, 4 MADRID Fax 91-3260638

ETRAMBUS ☎ 91-5050552
San Cesáreo, 34 MADRID Fax: 91-5051661

Europea de Turismo ☎ 91-5475921
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax: 91-5416231

IRIBUS (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

TRAPSA ☎ 902110115
Av. Manoteras, 14 MADRID Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS ☎ 91-5858681-5858682/3
Salvador de Madariaga, 1 MADRID Fax 91-5858680

WORLDSPAN ☎ 91-4118324
Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

☎ 91 369 41 00 INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
Fax 91 369 18 39 Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad
NEXOTUR

Bolsa online de Empleo www.Nexotur.com

Agentes de viajes con nivel alto de inglés y manejo de Amadeus

La *web* *www.nexotur.com* recoge casi un millar de ofertas y demandas de empleo en el Sector, de las que NEXOTUR ofrece cada semana una breve muestra.

Nuba. Agencia de viajes. Madrid. Precisamos agente de reservas aéreas con perfecto dominio del sistema de reservas Amadeus. Requisitos: manejo de Amadeus demostrable, nivel alto de inglés, un año de experiencia en el Sector, trato agradable y don de gentes. C.V.: cliente@nuba.net.

Turismo Global. Agencia de viajes. Madrid. Buscamos agente de viajes con experiencia demostrable y con conocimientos de Amadeus. C.V.: d4136@marsans.es.

Belsan Viajes. Agencia de viajes. Madrid. Se ofrecen prácticas en agencia de viajes minorista. Requisitos: ser estudiante en activo de Turismo o de algún ciclo formativo superior compatible con prácticas en agencias de viajes. Don de gentes e interés por trabajar. C.V.: trescantos@almeidaviajes.com.

Traveloteca. Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes *online* con más de 35 destinos en catálogo necesita un agente para desarrollar las labores propias del puesto: creación y trámites de reservas, atención al cliente, confección de documentación, elaboración de presupuestos, gestión de incidencias, etc. Requisitos: mínimo dos años de experiencia en el Sector. Imprescindible manejo de Office, soltura con GDS y se valorarán conocimientos de inglés. Buscamos gente motivada y con muchas ganas de seguir formándose. C.V.: cv@traveloteca.com.

Marcen Viatges. Agencia de viajes. Barcelona. Precisamos incorporar a nuestra agencia a una persona en prácticas para realizar las siguientes funciones: apoyo en la atención al público y en la venta de 'paquetes' vacacionales y emisión de billetes. Ofrecemos formación en prácticas por parte de la empresa en un entorno joven y dinámico. Posibilidad de incorporación a la plantilla. Requisitos: formación en Turismo y conocimientos de Front-Office, Retailer, reservas *online* a mayoristas, aéreos, navieras y hoteles. C.V.: info@marcenviatges.com.

Ixion Travel. Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes mayorista busca personal cualificado para el departamento de Booking. Requisitos: conocimiento de Galileo, informática, buen trato con el cliente, persona responsable y con ganas de trabajar. C.V.: info@ixiontravel.com.

Politours. Agencia de viajes mayorista. Madrid. Agencia necesita para sus oficinas de Madrid agentes de viajes para el departamento de Booking. Requisitos mínimos: conocimiento del sistema de reservas Amadeus, nivel de inglés alto, informática. Buscamos una persona responsable. C.V.: bolsadetrabajo@politours.com.

Kangaroo Viajes. Agencia de viajes. Madrid. Agencia especializada en empresas precisa responsable de contabilidad, que ejercerá las siguientes funciones: contabilización de los movimientos de la compañía, tramitación de impuestos, nóminas y seguros sociales, conciliación BSP y Renfe, cierre contable, etc. Requisitos mínimos: dominio de Orbis, al menos tres años de experiencia demostrable en contabilidad de agencia de viajes, licenciatura o diplomatura en Administración de Empresas. Ofrecemos contrato indefinido en jornada completa. C.V.: nachoarranz@kangarooviajes.com.

Rafaelhoteles. Cadena hotelera. Barcelona. Rafaelhoteles necesita incorporar para su centro de reservas en Barcelona un jefe de ventas *corporate*, cuyo principal objetivo será la gestión y captación de cuentas corporativas del área de influencia de la ciudad, así como la coordinación del equipo comercial asignado. Requisitos mínimos: conocimientos del mercado corporativo del área de influencia de Barcelona, experiencia en gestión de equipos, conocimiento de grandes redes e *implants*, carné y vehículo propio, disponibilidad para viajar, nivel de inglés alto y aportación de cartera comercial. C.V.: personal@rafaelhoteles.com.

Viajes Fuentes. Agencia de viajes minorista. Sevilla. Se precisa incorporación inmediata de agente de viajes profesional con al menos cinco años de experiencia. Requisitos: conocimiento amplio en la venta de productos vacacionales y de empresas. Manejo de sistema de reservas Amadeus. C.V.: viajesfuentes@viajesfuentes.com.

Agentes de viajes

Los datos completos y el *currículum vitae* de cada demandante están disponibles en *www.nexotur.com*, junto a más de medio millar de demandas de empleo.

Agente de viajes. 32 años. Mataró (Barcelona). mcajetaet@yahoo.es.

Agente de viajes. 30 años. Madrid. natividadrodriguez2002@hotmail.com.

Agente de viajes. 38 años. Valencia. ileanaandone@yahoo.es. ☎ 656 93 30 81.

Agente de viajes. 34 años. Madrid. debo rahmiron@hotmail.com. ☎ 678 55 86 54.

Agente de viajes. 34 años. Málaga. alvar2002@hotmail.com. ☎ 676 52 47 18.

Agente de viajes. 32 años. Valencia. taliacan@hotmail.com. ☎ 609 92 42 63.

Agente de viajes. 37 años. Madrid. pazrubalcaba@gmail.com. ☎ 605 87 31 40.

Agente de viajes. 23 años. Madrid. jimmy_jose2006@hotmail.com.

Agente de viajes. 30 años. Alcalá de Henares. j00antonio@hotmail.com.

Agente de viajes. 40 años. Madrid. javiert ravel1969@hotmail.com. ☎ 653 87 47 38.

Delegado comercial. 47 años. Málaga. manuelsalmoral@gmail.com.

Naveg@web / Evaluación de webs en Internet

Eventos en Granada

⇨ La *web* del Palacio de Congresos y Exposiciones de Granada presenta a las empresas y agentes de viajes **información** sobre las características de sus instalaciones, los servicios que ofrece para organizar eventos y los enlaces sobre el Turismo en la ciudad.

⇨ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

⇩ En el área de **reservas** sólo ofrece un formulario.

http://www.pcgr.org

Hoteles de lujo en EEUU

⇧ La página de Morgans Hotels Group presenta la **información** sobre sus hoteles de lujo en varias ciudades americanas y en Londres, así como un completo sistema de reservas, disponible únicamente para el cliente final, que puede estar registrado.

⇨ Es de poca **utilidad** porque ofrece sólo diez hoteles de lujo.

⇩ Su sistema de **reservas** no es válido para las agencias.

http://www.morganshotelgroup.com

Vuelos en América

⇧ Taca presenta una nueva versión de su página en la que incluye la consulta de sus itinerarios y mejora la funcionalidad de su gestión de reservas de vuelos, ampliando la **información** de alternativas y tarifas, auque sigue sin ser válida para las agencias.

⇨ Por su información y gestión de reservas es una *web* de **utilidad**.

⇩ No contempla la gestión de **reservas** desde las agencias.

http://www.taca.com

'Rent a car' en el mundo

⇧ La página de Sixt en Internet ofrece un sistema muy completo de **información** y reservas de todo tipo de automóviles en la mayor parte del mundo, disponible para usuarios finales y empresas con acuerdos corporativos, pero sin ningún área para las agencias.

⇨ Por su amplia cobertura y facilidad de uso resulta de **utilidad**.

⇩ Sólo permite la **reserva** al cliente y a empresas concertadas.

http://www.sixt.es

Turismo entorno a Madrid

⇨ La Sociedad Pública Turismo Madrid ofrece en su página **información** sobre los atractivos y servicios turísticos de la región, aunque muy limitada para los de la capital. Incluye un área dedicada a los profesionales de Turismo, pero no contempla la gestión de reservas.

⇨ Su **utilidad** está limitada a las rutas por la Comunidad de Madrid.

⇩ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas**.

http://www.turismomadrid.es

Congresos en el Kursaal

⇨ La Institución Ferial Alicantina presenta una página de cuidado diseño, en la que **informa** a un nivel muy general del recinto y sus espacios y permite descargar dos catálogos de servicios en PDF. También ofrece calendarios por mes de eventos y ferias.

⇨ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

⇩ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas**.

http://www.feria-alicante.com

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Becas de Turismo

✓Decreto 8/2010, de 18 de marzo del ejercicio 2010, de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, por el que se establece para la Comunidad autónoma el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

✓Resolución de 23 de marzo del ejercicio 2010, de la Consejería de Cultura y Turismo del Gobierno del Principado de Asturias, por la que se concede declaración de fiesta o actividad de interés turístico del Principado de Asturias a 'Los Exconxuraos de Llanera', Llanera (Asturias).

✓Orden de 19 de marzo del ejercicio 2010, del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, por la que se convocan ayudas para la subsidiación de créditos con destino a empresas, entidades y asociaciones sin ánimo de lucro para inversiones relacionadas con el Sector Turístico.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

CURSOS

Thaití y sus 118 islas

Programa de formación gratuito para agentes de viajes

Los agentes de viajes interesados en convertirse en especialistas en Tahití y sus islas (Polinesia Francesa) pueden apuntarse gratuitamente al programa de formación en la *web www.tiaretahitiagent.es*. Además, todos aquellos agentes que finalicen la parte *online* antes del 15 de mayo, entrarán en el sorteo de más de 100 regalos.

Este programa formativo, que destaca por su sencillez, ofrece a los agentes de viajes que se especialicen en el destino la posibilidad de enriquecer sus conocimientos sobre los cinco archipiélagos y la diversidad de actividades que ofrece cada isla. Entre los productos estrella de Tahití se encuentran los viajes románticos, los cruceros, el submarinismo o el ecoturismo. En definitiva, sus 118 islas ofrecen una oferta turística variada que puede satisfacer a un amplio abanico de viajeros.

Cuatro módulos

El programa, denominado Agente Tiare, se compone de cuatro pasos que aseguran al agente de viajes un profundo conocimiento de Tahití y sus islas, además de ventajas como aparecer recomendado en el 'portal' oficial de Tahiti Tourisme y en su página de Facebook. El primer módulo consiste en una formación *online* que establece la base de conocimientos sobre Tahití y sus islas mediante unas lecciones que se complementan con descargas, *links* útiles y galerías fotográficas. El resto de pasos que permiten conseguir la certificación son una mañana de formación presencial, un mínimo de tres ventas y un viaje de familiarización organizado por Tahiti Tourisme, que permitirá a los agentes conocer de primera mano el destino, sus infraestructuras y actividades a fin de facilitar su comercialización. Este viaje se organiza una vez al año y lleva a un grupo de 12 agentes de viajes.

LIBROS

Volkswagen edita una guía de viajes

Travelling Volkswagen. Guía de viajes de Volkswagen

Volkswagen ha presentado recientemente una nueva edición de la guía Travelling Volkswagen, que se incluirá en el Welcome Pack de la marca para ofrecer a sus nuevos clientes "una interesante selección de rutas recomendadas por las que conducir y disfrutar de la geografía". Según indica la empresa, la guía de viajes estará dividida en cuatro apartados, bajo los títulos de 'Las mejores rutas', 'Las mejores zonas', 'Los mejores pueblos y ciudades' y 'Las mejores propuestas'.

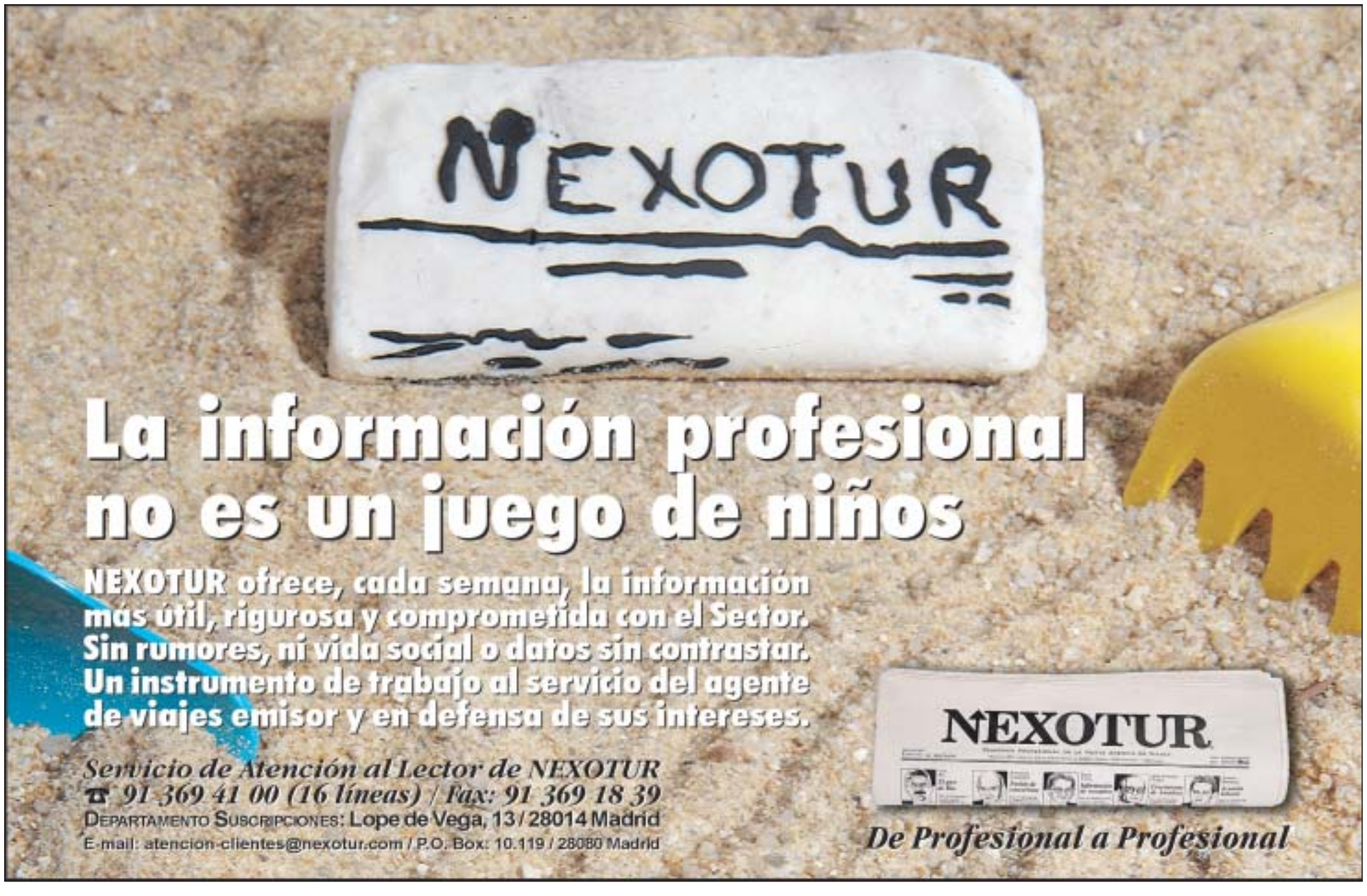
La publicación, que también se pondrá a la venta en las principales librerías de España, incluye recomendaciones para "interesantes rutas hacia nuevas experiencias", así como ideas para realizar actividades, una selección de establecimientos donde alojarse o comer y diversos mapas de España, Portugal, Francia y las áreas urbanas de las ciudades de Madrid y Barcelona.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en abril y mayo

●Del 4 al 7 de mayo de 2010, Arabian Travel Market (ATM), Dubai, Emiratos Árabes Unidos. Arabian Travel Market, feria cuyo principal objetivo es difundir el potencial del Turismo de Oriente Medio y de toda la región árabe, reunirá un año más a una gran variedad de destinos, compañías aéreas, cadenas hoteleras, agencias de viajes, etc. Para más información sobre la feria celebrada en Dubai puede acceder a la siguiente *web: www.arabiantravelmarket.com.*

●Del 27 al 28 de abril de 2010, Aime, Feria de organización de eventos y reuniones de incentivos, Exhibition & Convention Centre de Melbourne, Australia. Esta feria australiana, que cumple 18 años, aglutina las ofertas de los mejores destinos para el segmento de Turismo de incentivos. Aime es un lugar donde organizadores de eventos acuden para conocer las nuevas tendencias. Para más información sobre la feria australiana puede acceder a la siguiente página *web: www.aime.com.au.*



NEXOTUR®

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / P.O.Box 10119 Madrid / ☎ 91 369 41 00 / 91 369 18 39 / E-Mail: nexotur@nexotur.com

SUBEN

▲ Mª Jesús García

National Atesa, compañía de alquiler de vehículos, ha nombrado, a través de su presidente, Gerard Maitre, country manager a María Jesús García San José. De este modo, será la responsable de ejecutar los planes de la empresa en el mercado español.

▲ Gérard Sintès

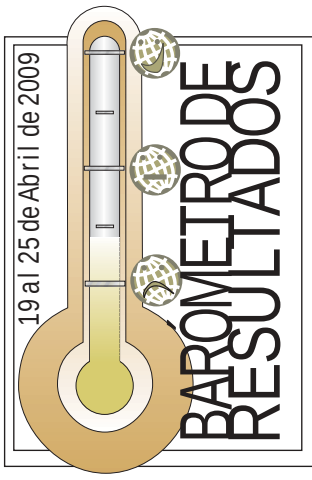
El grupo Mandarin Oriental ha designado a Gérard Sintès como sucesor de Luis Marcó en la dirección del Hotel Mandarin Oriental de Barcelona. Con casi tres décadas de experiencia en hoteles de lujo, Sintès se une al grupo procedente de One & Only Cape Town.

▲ Xavier Camapany

Xavier Campmany, hasta hace poco directivo de Europea de Seguros, ha creado su propia correduría de seguros, denominada New Risk. Esta empresa estará especializada en cubrir los riesgos que puedan tener las agencia de viajes y turoperadores.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves 2
Protagonista / Manuel López 3
Entrevista / Carmelo Hernández 4
Escaparate 6-15
Mostrador 17-19
Club 21
Hotelería 23-25
Evaluanet 26-27
Indicadores 28
Booking 29
Ofertas de empleo 30
Agenda 31



LA SEMANA

Cielos parados, viajeros aún más huidizos

Aunque la nube volcánica islandesa es un fenómeno absolutamente natural e imprevisible, la respuesta de autoridades y compañías aéreas, aunque en distinta medida, ha contribuido a generar un nuevo sentimiento de rechazo hacia el transporte aéreo, que sin duda tendrá sus repercusiones una vez superada la crisis telúrica. Y eso aunque no ocurra ninguna desgracia por su culpa. La acumulación de factores está incrementado el fenómeno «cocooning» de cara a las vacaciones y sigue creciendo la residencia familiar o de amigos y el transporte privado en detrimento de los paquetes. Y en cuanto al business, el volcán ha propiciado un mayor uso de la videoconferencia.

COYUNTURA

El gasto turístico cae un 3%

Tras un buen comienzo de año, con un incremento del gasto turístico del 4% en el mes de enero, los visitantes internacionales vuelven a recortar su desembolso en España. En febrero, el gasto se sitúa en 2.534 millones de euros, un 3,5% menos que en 2008. En el caso de los visitantes con 'paquete' turístico, la caída roza el 11%. Reino Unido y Alemania se mantienen a la cabeza, aunque ambos mercados experimentan descensos interanuales.

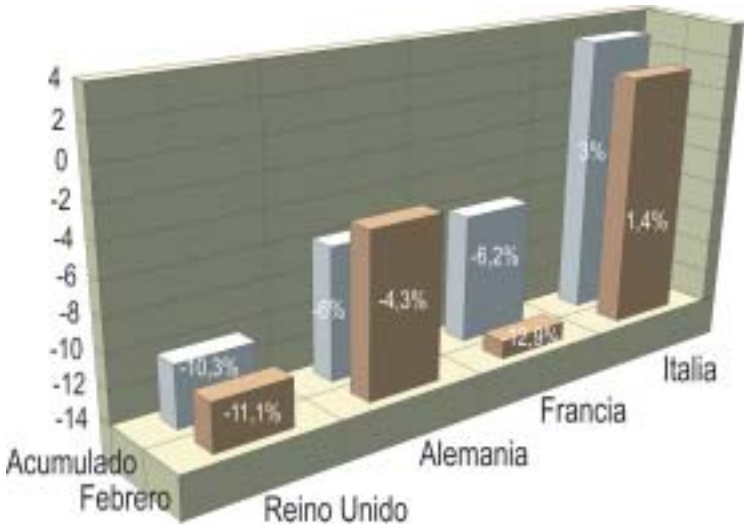
El gasto total efectuado por los turistas internacionales llegados a España en febrero ha descendido un 3,5%, hasta los 2.534 millones de euros, en línea con la caída de turistas en un mes marcado por las condiciones climatológicas adversas. De este modo se rompe con la evolución positiva registrada en enero, mes en el que los turistas desembolsaron un 4% más respecto al ejercicio anterior. Según los datos de la encuesta de Gasto Turístico (Egatur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en febrero, el gasto medio crece un 0,3% hasta los 932 euros, mientras que el gasto medio diario disminuye un 1,5%.

De los grandes mercados emisores de turistas a España, solamente Países Nórdicos e Italia experimentan ligeros ascensos. Reino Unido, que se mantiene como el principal país, con 496 millones de euros, un 11,1% menos que en el mismo mes de hace un año. A continuación se sitúa Alemania, con 464 millones y una bajada del 4,3%. En tercera posición, desbancando a Francia, aparecen los Países Nórdicos, cuyo desembolso supera los 320 millones de euros, creciendo un 1,7%. Esta evolución favorable se ha dejado notar especialmente en la Comunidad de Madrid.

Más gasto de los italianos

El gasto de los turistas franceses en sus viajes a España es de 220 millones de euros, un 12,9% por debajo de los resultados de febrero del ejercicio 2009. Por su parte, Italia, con 138 millones de euros, es uno de los pocos mercados que evoluciona favorablemente, registrando un aumento interanual del 1,4%. El resto de países, que en su conjunto han aportado 894 millones de euros, muestran una evolución positiva del 1,8%.

Evolución mercados emisores



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET). © NEXOTUR

Canarias y Cataluña, principales Comunidades receptoras, son dos de las regiones que peor evolucionan en febrero. La primera es Canarias, que experimenta un descenso del 7,4% y recibe 814 millones de euros. Cataluña, con 519 millones de euros, registra una retracción del 8%.

Andalucía ocupa la tercera posición, con 401 millones de euros, mostrando un significativo avance del 20,6%. La Comunidad de Madrid, con 275 millones de euros, registra un descenso del 2,9%, mientras que la Comunidad Valenciana, con 207 millones, crece un 19,7%. Baleares vuelve a presentar la caída más drástica. Concretamente, los turistas extranjeros llegados a las islas en febrero han desembolsado 137 millones de euros, un 22% menos que hace un año. El resto de Comunidades autónomas aglutinan 180 millones de euros, un 17,5% menos que en 2009.

Caída del viaje organizado

En cuanto a la forma de organización del viaje, los visitantes que han contratado un 'paquete' turístico para visitar el país han desembolsado 803 millones de euros, cantidad un 10,8% menor respecto a la contabilizada en febrero de 2009. Esta bajada se debe a la reducción del número de turistas con viaje organizado, así como a la disminución de la estancia de los mismos. Los visitantes que se han decantado por otras formas de organización aportan 1.732 millones de euros, cifra similar respecto a 2009.

En febrero, el gasto de los turistas que han recurrido al alojamiento no hotelero, que representan el 38% del total, se incrementa un 13,6%, hasta los 969 millones de euros. Todo lo contrario sucede con los turistas alojados en hoteles, cuyo gasto experimenta una contracción interanual del 11,8%, situándose en 1.565 millones de euros.