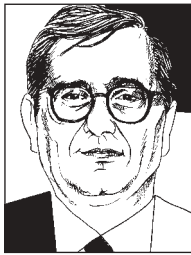




JOSÉ RUBÉN ROCHI
Tan pequeña, tan grande
Pág. 2 / Los países de Centroamérica ganan en Turismo con una sola imagen



JESÚS M. MILLÁN
Segundas ciudades
Pág. 2 / Las segundas ciudades enriquecen la experiencia del turista



ÁNGEL GARCÍA BUTRAGUEÑO
Más clientes empresariales
Pág. 8 / American Express incrementa un 73% el número de clientes



FRANCESC ANTICH
Regiones insulares
Pág. 10 / Las islas debaten sobre sus desventajas geográficas y Turismo sostenible



JACQUES BARROT
'Listas negras'
Pág. 9 / Bruselas revisa su 'lista negra' e incluye más aerolíneas

Joan Mesquida dirigirá la nueva Secretaría de Estado de Turismo

El Sector acoge 'muy bien' la decisión del nuevo ministro de Turismo

José Luis Rodríguez Zapatero incluye en su Ejecutivo dos nuevas caras para el Sector Turístico. Miguel Sebastián, asesor económico de Zapatero, se convierte en ministro de Turismo. Joan Mesquida, impulsor de la ecotasa, dirige la nueva Secretaría de Estado de Turismo, "una mejora en el reconocimiento al Sector".



Koro Garmendia, Turismo vasco.

Más presencia en la oferta organizada

Cerca del 30% de turistas que visitan el País Vasco lo hacen a través de una agencia. Pág. 4

El IPC turístico se sitúa en el 5,4% interanual

El IPC de Turismo aumenta un 1,6% en marzo, situándose en el 5,4% interanual. Pág. 10

Crece el superávit de la Balanza de pagos

La Balanza de Turismo registra un superávit de 1.622 millones de euros en enero. Pág. 10

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 24

A pesar de no haber conseguido una de sus más antiguas peticiones, un ministerio exclusivo para el Turismo, el Sector se ha mostrado satisfecho con la creación de una Secretaría de Estado para el Turismo. El mallorquín Joan Mesquida se pone al frente de un organismo que cuenta con el bagaje de la Secretaría General de Turismo, que ya realizó "una labor extraordinaria en favor del Turismo".

Escapate en pág. 6



Miguel Sebastián y Joan Clos.

Organizaciones de consumidores se suman a las agencias en el rechazo al nuevo oligopolio aéreo de Iberia

Grandes Organizaciones de consumidores y usuarios (como CECU, ASGECO y FUCI) coinciden con las grandes Organizaciones del Sector (FEAAV, AEDAVE y AGRUPA) en que la fusión de Clickair y Vueling y la pretendida compra de Spanair, supondrían la vuelta del oligopolio del Grupo de Iberia. "Preservar la liberalización del transporte aéreo doméstico es esencial para la libre competencia", según los participantes en el Debate NEXOTUR del último Salón TurNexoMadrid.

Escapate en pág. 16



Líderes del Sector y los consumidores, en el Debate de TurNexoMadrid.



Un total de 14 expertos turísticos han analizado la formación en Turismo.

Carreño: 'Los estudios turísticos cuentan con poco respaldo social'

El Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP), la primera escuela de Turismo de nuestro país, cumple 50 años. Su fundador, Javier Carreño, ha destacado la importancia de la formación en Turismo en las jornadas organizadas para celebrarlo, y en las que se ha analizado la situación actual de la formación en el Sector. Escapate en pág. 8

Especialización, diversificación y control de costes

Las agencias de viajes que trabajan con Amadeus tienen muy claro cuáles son las principales estrategias que hay que llevar a cabo para solventar a lo largo de 2008 la coyuntura actual. En una encuesta realizada por la compañía en febrero a más de 200 agencias tradicionales, el 60% de las minoristas considera que la clave del desarrollo de su negocio en 2008 está en la especialización en productos, destinos y clientes, el 30% en la diversificación de su actividad y el 10% en el control de costes.

Escapate en pág. 7

Bogotá

desde

560€

I/V

Todo incluido salvo gastos de emisión

www.airfrance.biz/es

Tarifa sujeta a condiciones particulares.

CLAVES

Opción en auge, segundas ciudades

Las segundas ciudades son una opción muy atractiva para turistas que buscan un mayor enriquecimiento en sus viajes. En ellas se encuentra más tiempo para el acercamiento personal y se descubre una dimensión más humana.

El Turismo, cada vez más, busca experiencias únicas y especiales y, en sus motivaciones, la cultura en todos sus conceptos, como museos, gastronomía, espacios artísticos y Festivales Culturales; son componentes vitales para su desarrollo.



JESÚS MARTÍNEZ MILLÁN

Es importante que estas segundas ciudades puedan ofrecer una experiencia variada, con servicios de Turismo de alto nivel, con énfasis en la calidad de una experiencia integral.

En el mercado turístico, altamente competitivo, esto sólo se puede lograr con una gestión sostenible de los recursos turísticos, con una planificación sistemática y con una visión a largo plazo, afrontando y resolviendo distintos restos, tales como:

—Mejor accesibilidad aérea y por carretera. Un transporte frecuente, rápido y económico es vital para el desarrollo de los destinos turísticos.

—Desarrollo de productos turísticos diversos, con programas de valor añadido, interpretando el patrimonio tangible e intangible.

—Evitar los impactos negativos del Turismo sobre el patrimonio cultural y la integridad de los espacios históricos, asegurando que el Turismo contribuya a la conservación de los atractivos mediante la generación de ingresos.

Los viajes por las 'Segundas Ciudades' con patrimonio cultural, pueden ser uno de los mejores productos para las agencias de viajes. Como expertos pueden recomendar este tipo de itinerarios de grandes viajes a sus clientes y encontrar en ellos mayores beneficios y mejor realización profesional.

FEAAV ha recomendado a sus asociados la especialización en este tipo de viajes, y de modo particular, y a raíz de nuestros dos últimos congresos celebrados en Zacatecas (México) y Tozeur (Túnez) en las distintas propuestas que puedan hacer en México, toda América Latina y Túnez.

Creemos que desde España tenemos el compromiso de promover América Latina en general, y de modo particular México, Zacatecas y las Ciudades Coloniales, con el fin de que estos destinos sean más conocidos y visitados.

⇒ Jesús Martínez Millán es presidente de FEAAV. Intervención CIMET 2008.

La estrategia basada en una misma imagen y visión conjunta entre sector privado y público de los siete países, nos ha permitido posicionarnos como multidesestino bajo la marca 'Centroamérica, tan pequeña, tan grande', en mercados europeos', explica José Rubén Rochi

TRIBUNA



⇒ JOSÉ RUBÉN ROCHI

'Centroamérica, tan pequeña, tan grande' (I)

EN ESTA OPORTUNIDAD me dirijo a ustedes en calidad de presidente *pro tempore* del Consejo Centroamericano de Turismo, órgano subsidiario del Sistema de Integración Centroamericano (SICA), integrado por los ministros de Turismo de Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Belice y El Salvador. Los miembros del consejo hemos determinado hacer esta presentación en forma regional y así lo solicitamos a CIMET a fin de ser congruentes con la integración turística y la estrategia de promoción y mercadeo en Europa, que impulsamos de forma conjunta y decidida desde 2003, por medio de la Agencia de Promoción Turística de Centro América (Cata), con sede en Madrid en coordinación con la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (Fedecatur).

Dicha estrategia, basada en una misma imagen y visión conjunta entre sector privado y público, nos ha permitido posicionarnos como multidesestino en mercados europeos y como multiproducto que combina y complementa recursos, riquezas y valores de la naturaleza y patrimonio cultural histórico de los siete países bajo la marca 'Centroamérica, tan pequeña, tan grande'.

Somos una región pequeña en términos geográficos, con una extensión de 523.777 km² y un estimado de 37,4 millones de habitantes. Sin embargo, tenemos una excelente ubicación estratégica en el centro de las Américas rodeados por los dos océanos continentales, Atlántico y Pacífico, y con el único canal interoceánico del mundo en Panamá que permite la circulación de mercaderías, turistas y personas con las facilidades y alta tecnología ejemplo de ingeniería mundial. Dada esta

En el Sector Turístico hemos crecido de forma acelerada, siendo el primer generador de divisas en muchos casos

posición geográfica, Centroamérica es centro de distribución aérea contando con el *hub* del grupo TACA en El Salvador para vuelos hacia América del Norte y Centroamérica y el *hub* en Costa Rica para América del Sur.

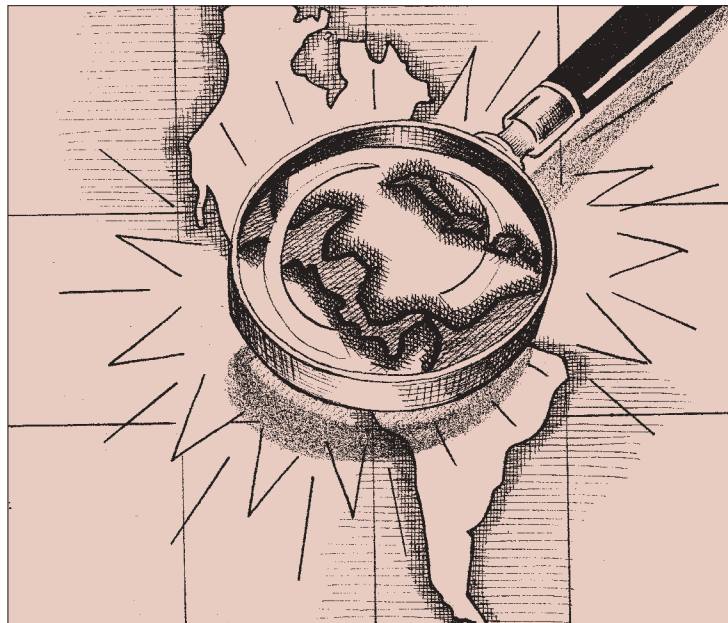
Adicionalmente, la compañía COPA cuenta con su central de operaciones y *hub* en Panamá para Centro, Sur y Norteamérica.

Nuestra región ha recibido en los últimos años mayor número de aerolíneas internacionales, diversificando rutas, itinerarios y destinos provenientes de Norteamérica y Europa, esta apertura ha sido resultado en gran parte por el esfuerzo regional como marca entre algunas aerolíneas europeas, se citan Iberia, Air Comet, Martinair, entre otras.

Centroamérica es hoy una región de oportunidades, estabilidad

de desarrollo. Hemos construido y consolidado procesos políticos democráticos fundamentados en un Estado de derecho, seguridad jurídica y en los principios que sustentan nuestro sistema de integración centroamericana que son paz, desarrollo, libertad y democracia. En el orden político contamos con un sistema democrático

y un aproximado superior a los 6.000 millones de dólares en el 2007 (todavía cifras preliminares), mostrando un incremento del 7,5% en relación al 2006. Esto obedece al crecimiento significativo en el número de llegadas a Centroamérica que ascendió de 6,8 millones en el 2006, siendo superior al 2005 en 7,3%.



co y republicano basado en tres poderes del estado: ejecutivo, legislativo y judicial, fortalecidos y con la independencia de atribuciones que aseguran transparencia y un manejo equilibrado de las políticas y programas de Estado.

Nuestros gobiernos promueven y apoyan sistemas de libertades económicas e individuales contando con estabilidad macroeconómica, libre convertibilidad de moneda y economías abiertas, teniendo dos países dolarizada su economía, como es Panamá y El Salvador. El sistema financiero es uno de los sectores más consistentes y prósperos, derivado del crecimiento de la actividad productiva, empresarial, clima de negocios, inversiones e

infraestructura, resultante del desarrollo dinámico de nuestras economías. Existiendo prestigiosos bancos internacionales, regionales y de desarrollo como lo es el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

En el Sector Turístico hemos crecido de forma acelerada y continua en los últimos cinco años, llegando a situarnos como el primer renglón generador de divisas en la mayoría de nuestros países en relación a exportaciones tradicionales. En el 2006 el Turismo generó ingresos por el orden de

Para el 2007 se espera aumentar en una cifra estimada de 7,2 millones de arribos internacionales. Por todo ello, la OMT ha reconocido a Centroamérica como la subregión de mayor crecimiento en el 2005 y en 2006. Nosotros los centroamericanos situamos al Turismo como motor de desarrollo dada su significativa generación en ingresos, empleo y mejora en calidad de vida.

En términos de infraestructura contamos con modernas instalaciones y servicios de toda índole, red vial que sobrepasa los 110.000 kilómetros de extensión,

infraestructura aeroportuaria, comprendiendo 20 modernos aeropuertos internacionales donde arriban más de 21 vuelos semanales provenientes de Europa, los que parecen insuficientes

para la demanda actual, sobre todo para la parte norte de Centroamérica. Estos aeropuertos y sus servicios se han ampliado y modernizado a fin de atender la dinámica del movimiento de viajeros hacia y dentro de la región. Casi todos los aeropuertos internacionales de Centroamérica están en proceso de ampliación.

Por otro lado, se cuenta con 41 puertos marítimos que atienden más de 100 líneas de cruceros y amplia gama de transporte turístico terrestre. En cuanto a infraestructura turística, existen más de 5.500 estable-

cimientos de hospedaje y 108.500 habitaciones en la región, así como variedad de empresas de servicios conexos al Turismo. No obstante, este crecimiento acelerado y las perspectivas de que continuará esta tendencia, demanda una mayor y diversificada infraestructura y servicios turísticos en hospedaje, transporte aéreo y terrestre, turoperadores, cruceros, centros de convenciones, agencias de viajes entre otros.

Para ello, Centroamérica ofrece un clima favorable para la inversión en Turismo, no sólo por el dinamismo del Sector y por el crecimiento del mercado externo, sino también por el moderno y competitivo marco jurídico de fomento a la inversión turística. Cada país cuenta con políticas, estrategias de desarrollo, planes nacionales, así como con leyes modernas y competitivas que otorgan incentivos fiscales como es la exoneración del pago de impuestos de renta, bienes inmuebles, importaciones y algunos conceden incentivos para inversiones en el patrimonio cultural. Estas leyes están disponibles en la Guía Centroamericana de Inversiones en nuestra página web www.cica.int/cct.

Adicionalmente nuestros gobiernos centrales, locales y ministerios de Turismo apoyamos decididamente a empresarios que invierten en Turismo, brindando facilidades para la instalación de proyectos y empresas que comprende, entre otros aspectos, asistencia técnica, capacitación, acciones de promoción en mercados internacionales y regionales y gestiones ante instituciones gubernamentales. Nuestras agencias de promoción de inversiones que funcionan como ventanilla única facilitan la instalación de nuevas empresas, proporcionando información, agilización de trámites y asesoría sobre aspectos diversos, incluyendo financiamiento en el sistema bancario para inversiones y ampliaciones de empresas.

A lo anterior se agrega el liderazgo empresarial y la productividad del sector

profesional centroamericano en Turismo, así como a nivel técnico y operativo. En este campo, los ministerios de Turismo, cámaras nacionales y el Consejo Centroamericano de Turismo, que me honro dirigir por medio de su Secretaría, imparten continuamente programas de capacitación sobre calidad, gestión turística y otros temas dirigidos al sector privado, instituciones y actores locales, incluyendo seminarios de sensibilización y cultura turística.

⇒ José Rubén Rochi es *pro tempore* del Consejo Centroamericano de Turismo. Intervención CIMET 2008.

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Del egado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González
Coordinadora Editorial: Noelia Santos

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotel ería) / Eduardo Santamaría (Business Travel) / Miguel Praga (Gestión) / Santiago Larrodera (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 Al bert / César Duch Dr. Venancio Bote / Gonzalo García / Covadonga G. Quijano / Inaki Muñoz / Prof. Manuel Figuerola / Enrique Hernández / Juan Carlos Mañas / Claudio Meffert / Carlos Vogel er

FIRMAS: Vicente Bl asco / Gerardo Díaz Ferrán / Ruperto Donat Prisciliano Fernández / Enrique Fernández de Al arcón / Jesús Gatell / Joaquín Infante / Manuel López Col menarejo / Antonio Llatas / José Manuel Maciñeiras / Jesús Martínez Millán / Juan Andrés Melián / Ramón Mesonero-Romanos / Juan José Ol iván Pedro Pascual / José M^o Rosset I / Matil de Torres / Susana de Tomás Salvador / Ignacio Vasal I o / Al fonso de Urbina

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 Moratal / Salvador Director de Informatización y de Procesos: José Miguel Candel a

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: Lorena Hernández / Suscripciones: Concha López Secretaria de Redacción: Sara Medina / Base Datos: Mar Fernández

PUBLICIDAD / Departamento Propio: Nexopublic S.r.l. (Grupo NEXO) MADRID: Mercedes León y Yol anda Pol a / BARCELONA: Pepita Hernández

Servicios Editoriales: Aconfisa (Asesoría), Nexopublic S.r.l. (consultoría), Nexo Creativo (Publicidad-Diseno), TurNexo (Ferias), Nexotel S.r.l. (Información Electrónica), Nexodata (Bases de Datos), Microprint SA (Fotomecánica), Gráficas de Prensa Diaria SA (Impresión y Papel) y National Post SA (Embalizado y Distribución)

NEXOTUR, Periodico 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**

Pacto de Zamora o la unidad posible

LA UNIDAD DEL SECTOR ES POSIBLE. El enorme esfuerzo que está haciéndose desde FEAAV para recuperar la unidad asociativa empieza a dar sus frutos. El Congreso de UNAV puede (y debe) ser el germen de este necesario proceso. El que bien podría llamarse Pacto de Zamora (allí es donde se escenifica la unificación del Sector) es quizá la última unidad posible.

Tras la voladura legal de la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes Españolas (CAAVE), a la que se contribuyó desde dentro dándole munición al enemigo, el Sector carece de una plataforma desde la que salvaguardar intereses comunes. La espada de Damocles del Tribunal de Defensa de la Competencia ha atemorizado a las Asociaciones, hasta el punto de impedirles reunirse para hablar de aquellos problemas que son comunes para todos. Mientras determinados proveedores, como la inefable Iberia, han aprovechado la coyuntura para no reunirse con su fuerza de ventas, por la amenaza de Competencia.

¿Impide el Tribunal de la Competencia que las Asociaciones de agencias se reúnan para hablar de aquello que les interesa? Evidentemente, no. Otra cosa es que cuestione una estructura organizativa, como ocurrió con CAAVE, en la que estatutariamente se estableció y anunció que el objetivo es negociar con proveedores.

Las Asociaciones empresariales y los Grupos comerciales de agencias pueden y deben reunirse en torno a una plataforma sectorial, sin necesidad de personalidad jurídica, sin repartos proporcionales (o políticos) del poder, sin multitudinarios órganos de gobierno, sin que sea necesaria la adscripción de todos a todo y, por supuesto, sin nuevas estructuras asociativas y gerenciales. Por el contrario, lo que se requiere es una plataforma dinámica, a la que los colectivos de agentes se suban o

se bajen en cada momento, de acuerdo con su interés en cada cuestión, sin buscar unanimidades imposibles. Desde el pragmatismo y la ausencia de protagonismos.

La unidad posible pasa por la inteligencia práctica puesta al servicio del interés colectivo, y no por el sentido territorial y de grupo en la defensa de los intereses.

Para hacerla posible basta, como se ha pedido desde UNAV, con dos figuras: un coordinador y un portavoz (no un presidente y un director general). Para que asuman unos roles nuevos, cercana al lobby, no a la Asociación. Sin crear nuevas estructuras. La nueva plataforma ha de reforzar las Asociaciones y, sobre todo, posibilitar que el Sector esté unido, dándole una sola voz en aquellas cuestiones que la requieran.

De la falta de química inicial, los dos líderes del Sector han pasado a ser manifiestamente refractarios, lo que obliga a buscar nuevos representantes que puedan y quieran trabajar juntos, en armonía y sin reticencias. Hay vicepresidentes en las dos grandes Organizaciones empresariales de ámbito estatal, FEAAV y CEAVyT (por no hablar de las dos grandes Asociaciones UNAV y AEDAVE), que bien podrían dirigir esta Plataforma.

La catarsis vivida por la Federación, que incluso podría llevar a su carismático presidente a inmolarse (algo que muchos no comparten si se hace sólo desde una parte) no es un signo de debilidad, sino todo lo contrario. Ahora es AEDAVE-CEAVyT quien han de estar a la altura de los acontecimientos. Perder una oportunidad para recomponer la unidad asociativa, porque no se ha participado en la génesis del proceso sería algo incomprensible. La unidad posible está, por fin, al alcance. Desaprovechar esta ocasión (que tal vez sea la última) deslegitimaría a cualquiera para representar a las agencias.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Las grandes Organizaciones FEAAV y AEDAVE tienen la posibilidad de recomponer la unidad asociativa mediante una dinámica Plataforma de agencias, a cargo de líderes de consenso

▲ check-in / GRUPO COMERCIAL

Hacia la necesaria integración

Quienes cuestionan al Sector por su atomización y su "incapacidad de integrarse", especialmente en el actual período de desaceleración del consumo, parecen ignorar la valiosa aportación de los Grupos comerciales en el tan necesario como paulatino proceso de integración empresarial de las agencias de viajes españolas.

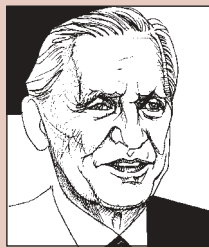
Frente a la integración protagonizada por las grandes redes (en no pocos casos a través de la absorción forzada de pequeñas agencias incapaces de resistir su enorme presión), las agencias independientes sí han avanzado en la integración. Y lo han hecho del mejor modo posible: a través de los grupos comerciales o de gestión.

La concentración de compra para obtener un mayor margen comercial del proveedor fue sólo el principio. Pronto vendrían las estrategias conjuntas de marketing, a partir de la integración en la marca del grupo. Después la creación de producto propio y de líneas blancas que permitieron la diferenciación. Queda, entre otras, la asignatura pendiente de la formación profesional.

Pero, lo que es más importante, la estructura base que permitirá la integración empresarial, ya existe. Los Grupos comerciales serán, probablemente, la arcilla con la que los agentes independientes modelarán empresas más grandes. Las fusiones entre pequeñas agencias son algo posible (además de necesario), propiciadas por la presión del mercado y una coyuntura adversa. Pero la parte más difícil del camino ya se ha recorrido y, por fin, ha llegado la hora de los Grupos.

★ personaje de la semana / Javier Carreño

El fundador del mítico Centro Español de Nuevas Profesiones va a ser objeto de un merecido homenaje sectorial, al que NEXOTUR se une desde la convicción de que reconocer a Carreño es hacerlo a la enseñanza turística.



De la escuela de Carreño salió la primera promoción de técnicos en Turismo, y la importancia de su aportación no ha obtenido el reconocimiento merecido. El Sector tiene ahora la posibilidad de rectificar esta omisión, homenajeándole.

★ la chispa / Quique



▼ check-out / NH HOTELS

NH, "enemigo" del agente

Si existiera una lista negra de proveedores de las agencias (la cual evidentemente no existe), NH sería la cadena hotelera que ocuparía el primer puesto del ranking inverso, según UNAV.

Las palabras del presidente de la Unión de Agencias de Viajes, la Organización empresarial decana y la mayor de España (en número de empresas y puntos de venta asociados), no pueden ser más explícitas: "NH actúa como si fuera un enemigo de los agentes de viajes españoles".

El término "enemigo", aplicado a un proveedor que "en la práctica actúa como un competidor de la agencia", fue sugerido para una mesa redonda del Congreso de UNAV por el mismísimo director general de Viajes El Corte Inglés, y vicepresidente de FEAAV. Lo que pone de manifiesto que hay cuestiones en las que grandes redes y agencias independientes coinciden plenamente. Y el caso NH parece ser una de ellas.

En contraposición con "el desprecio con que NH trata a las agencias, que tanto han ayudado a que ésta y otras cadenas estén donde están" (Prieto dixit), el presidente de UNAV pone a los dos principales grupos hoteleros españoles: Sol Meliá y Riu. El reciente almuerzo mantenido en Casa Lucio, Prieto y el director comercial de Sol Meliá, Luis del Olmo, pusieron de manifiesto el compromiso del grupo hotelero con los agentes, a los que Gabriel Escarrer denomina "ángeles protectores". Sol Meliá demuestra que utilizar nuevos canales de distribución no está reñido con cuidar al máximo la relación con el agente.

E Esperamos seguir creciendo en torno al 4% en entradas de turistas en 2008 / Estamos convencidos de que podemos tener más presencia en la oferta organizada por las agencias / El Turismo vasco tiene grandes perspectivas de éxito para los próximos años / El éxito de nuestro producto dependerá de la acción conjunta de agentes tanto públicos como privados

«Somos un destino poco intermediado por las agencias»

Koro Garmendia / Viceconsejera de Turismo del Gobierno vasco

Durante los últimos 10 años, "Euskadi ha demostrado una importante capacidad de crecimiento", afirma la viceconsejera de Turismo del Gobierno vasco. Para el presente año, el objetivo es seguir creciendo en torno al 4%.

P.- ¿Cuáles son las cifras de Turismo vasco, en cuanto a llegada de turistas y pernoctaciones en 2007?

R.- Se han registrado 2.093.346 de entradas y un total de 3.956.867 de pernoctaciones en establecimientos hoteleros a lo largo de 2007. Con un crecimiento del 4% y 3% respectivamente, estas cifras suponen un nuevo hito en la evolución de nuestro Turismo. En lo que al rural respecta, el incremento tanto en entradas (4%), como en per-noctaciones (4%), ha sido también la tónica, siguiendo la tendencia de años anteriores. Estos datos de 2007 confirman la senda de crecimiento sostenido que, desde el año 2002, está experimentando el Turismo vasco.

P.- ¿Que ingresos han supuesto estas cifras? ¿Cuál es la media de gasto de los turistas?

R.- Según los datos de la encuesta Egatur referentes a 2007, el gasto medio por turista extranjero es de 107 euros, incrementándose un 3% en relación al año anterior. Esta tendencia creciente del gasto por turista y día en los últimos años se ha dado también en relación al excursionismo extranjero, muy importante en Euskadi. En relación al peso del Turismo en la economía del País Vasco y, lo que es más importante, su evolución, deberemos esperar a la próxima Cuenta Satélite de Turismo de Euskadi. Aunque cabe destacar que su peso en la generación de empleo y riqueza llega ya al 5,3% del PIB.

P.- ¿Cuáles cree que han sido las razones de este crecimiento?

R.- Estamos en un contexto de crecimiento de movimientos turísticos, en especial en segmentos como urbano, cultural y de naturaleza, que constituyen la base de la oferta turística vasca. En este marco, tanto el sector empresarial como las instituciones públicas hemos sabido dar un valor turístico a los diferentes recursos y promocionarlos de manera adecuada.

P.- ¿Cuáles son sus principales países emisores?

R.- En cuanto a la procedencia de viajeros, el 68,3% de ellos son estatales y el 31,7% extranjeros, manteniéndose constante la proporción de los últimos años.

Los viajeros del estado español provienen especialmente del propio País Vasco, Madrid, Cataluña, Castilla y León, Andalucía y Valencia, que han crecido sólo un

0,9%. En relación a éstos, se ha producido una ralentización del incremento en el segundo semestre debido a la contención de movimientos turísticos procedentes del mercado estatal, tendencia que se inicia tras la Semana Santa y después de un primer trimestre de claro aumento. Y este año 2008 esperamos seguir creciendo en torno al 4% en entradas y pernoctaciones. El

mercado interior vasco, sin embargo, mantiene índices tendentes al alza durante todo el año.

P.- ¿Y en cuanto a la llegada de turistas extranjeros?

R.- Destaca, especialmente, el importante crecimiento de los visitantes extranjeros (18%) a lo largo de todo el año, aumentando el grado de internacionalización del destino Euskadi, lo que constituye una muy buena noticia. Este incremento se produce prácticamente en todos los mercados. Es de destacar el crecimiento continuado en nuestros principales mercados: Francia, Reino Unido y Alemania, así como los fuertes aumentos en mercados como el portugués o el irlandés, cada vez más interesados en nuestro destino. Cabe destacar también, la recuperación del mercado USA-Canadá.

P.- ¿Qué zonas prefieren?

R.- En establecimientos hoteleros, Vizcaya supone el 47% de las entradas, seguida por Guipúzcoa 38% y por Álava, con el 15%; el porcentaje en pernoctaciones es



similar. En el ámbito del Turismo rural, Guipúzcoa acoge casi al 50% de los visitantes. Por otro lado, las tres capitales concentran el 60% de las pernoctaciones y entradas registradas, lo que se corresponde con las características de nuestro Turismo. Aunque destaca, como dato muy positivo, el crecimiento porcentual del segmento de interior, con un incremento del 9% y del 13% en entradas y pernoctaciones, respectivamente.

P.- ¿Cuál es el perfil del turista que visita el País Vasco?

R.- El turista viene motivado en un 60% por razones de ocio y en

un 40% por negocio. El motivo ocio se identifica sobre todo con Turismo de ciudad y cultural; el Turismo de naturaleza resulta todavía incipiente, y la gastronomía aparece como un importantísimo recurso asociado a nuestro destino.

P.- ¿En qué puesto se encuentra el País Vasco como emisor a nivel nacional?

R.- Euskadi es un emisor importante a pesar de que sólo cuenta con dos millones de habitantes. Así, según los últimos datos disponibles de Familitur, el 68% de los hogares vascos se consideran "viajeros". En el año 2005 se reali-

zaron 9.953.288 viajes desde Euskadi, la gran mayoría de ellos (el 93%) en el marco del Estado español, y el resto al extranjero.

P.- ¿Cuáles son los próximos proyectos de la Consejería en cuanto a la promoción turística?

R.- En próximas fechas, el Gobierno presentará el Plan de Marketing del Turismo Vasco 'Hor dago! Plana', que será un instrumento básico para reorientar, a partir del año 2009, nuestras acciones de promoción y comercialización en base a un mejor conocimiento de nuestra demanda potencial y del atractivo y grado de desarrollo de nuestros productos, actuando de manera más segmentada. Este englobará acciones específicas, como el apoyo a programas de marketing de productos-clubes de productos. Los criterios para el apoyo a las acciones de comercialización en mercados prioritarios, reflejadas en los indicadores y desarrolladas a través de las órdenes de ayudas de este departamento, se orientarán, asimismo, a los principios de actuación propuestos en el Plan.

P.- ¿De qué manera se potencia el uso de Internet desde la Consejería de Turismo?

R.- Fortalecer la presencia de Euskadi como destino turístico en sus principales mercados emisores supone hoy en día incrementar su presencia como destino turístico en la Red. En este ámbito destaca la puesta en marcha en junio 2007 del nuevo 'portal' de Turismo con la incorporación de nuevos contenidos, nuevos idiomas e importantes mejoras en la navegación en general.

P.- ¿Qué relación mantiene la Consejería de Turismo con las agencias de viajes?

R.- Los visitantes que llegan a Euskadi intermediados por una agencia de viajes suponen el 29,35% del total, con un peso importante de la contratación directa y una creciente relevancia de Internet. Somos un destino poco intermediado, pero estamos convencidos de que podemos tener más presencia en la oferta organizada por las agencias. Con las agencias vascas trabajamos sobre todo en los programas de calidad y en la certificación de la misma.

P.- ¿Cuál cree que es el futuro del País Vasco como destino?

R.- Euskadi tiene todavía un gran recorrido en el mundo del Turismo, y en los últimos diez años ha demostrado una importante capacidad de crecimiento, llegando a suponer el 5,3% del PIB vasco. Para una demanda cada vez más sofisticada y segmentada, un destino como Euskadi, con fuerte personalidad y que supone un multiproducto en sí mismo, basado en la oferta de ciudad-gastronomía-cultura y muchas posibilidades de desarrollo en naturaleza, tiene grandes perspectivas de éxito. Dependerá, en cualquier caso, de los agentes turísticos vascos, tanto públicos como privados, conseguir este objetivo.

Fortalecer la presencia de Euskadi como destino implica incrementar su presencia en la Red

En 2007 se produjo un notable aumento del grado de internacionalización de nuestro destino

Desarrollar el Turismo de naturaleza es un reto

En el segmento de Turismo de ciudad y cultural contamos con una actividad asociada a las capitales, a los eventos de ocio, a los culturales y deportivos, al shopping, a la gastronomía y a la vida cotidiana. El Turismo cultural está más vinculado a los pequeños pueblos relacionados a la cultura vasca, las ferias, los mercados, las fiestas, la gastronomía

y las tradiciones, con mayor interés por el uso de alojamientos rurales o pequeños hoteles. En el segmento de Turismo de naturaleza destaca el enológico (en base a tres productos, como son el vino de Rioja, el txakoli y la sidra). Este es un segmento dirigido a un turista de mediana edad,

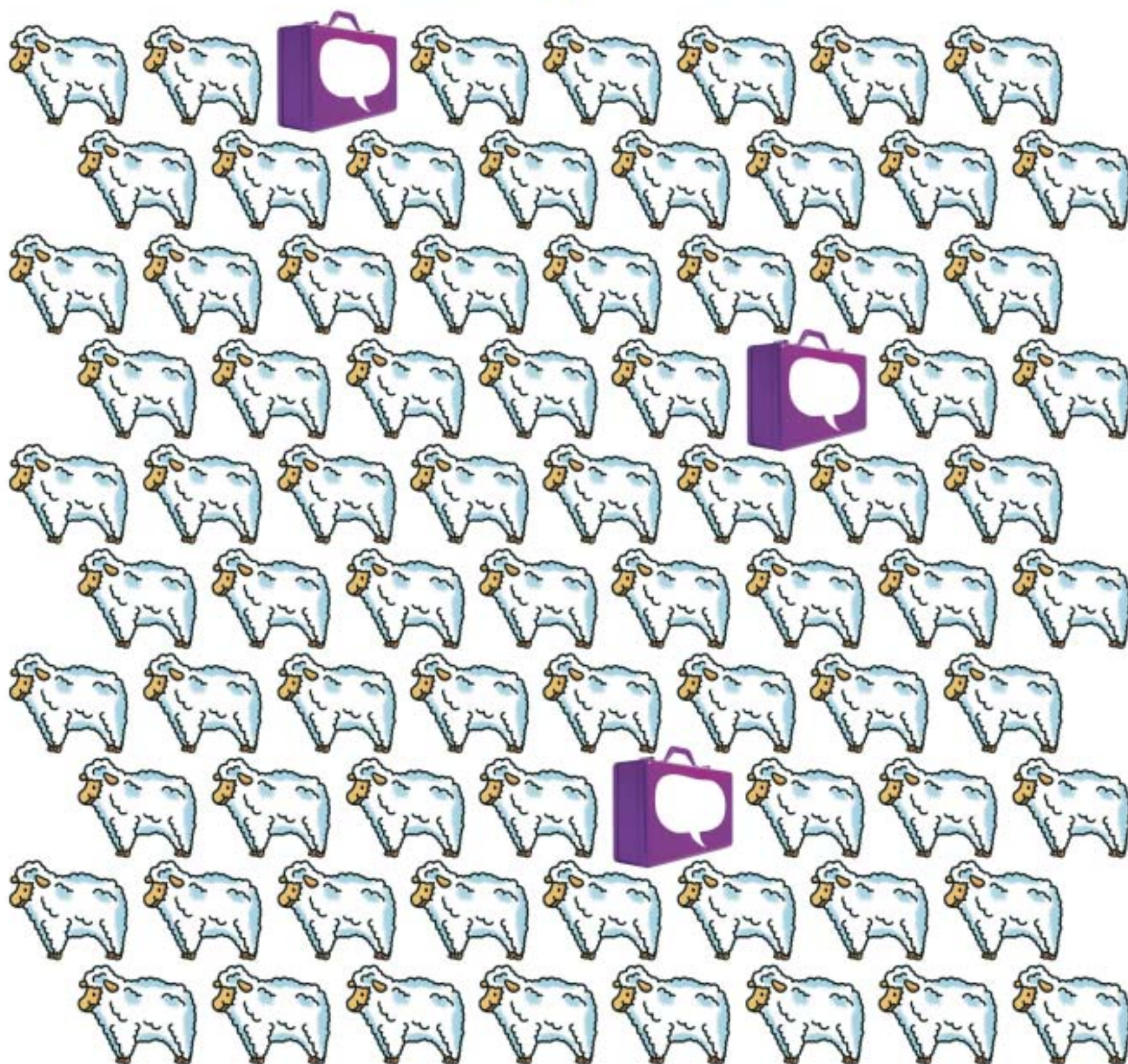
urbano con un perfil cultural medio-alto y apasionado por la gastronomía y la cultura. En el plano cultural, el Camino de Santiago se dirige a un turista con un perfil más amplio de edad, con motivaciones deportivas, naturales, culturales y religiosas. Asimismo, el producto de bicicletas de montaña

se oferta más para un viajero joven, con gusto por la actividad física y con motivaciones menos culturales, más amante de lo 'eco'. El Turismo de naturaleza resulta todavía incipiente, y no supone más de un 15%. Sin perder de vista el segmento fundamental de Turismo ciudad-cultural, desarrollar el de naturaleza supone un reto importante.



KORO GARMENDIA

¿Eres de los que siguen al rebaño
o buscas algo diferente?



Destácate. Siéntete diferente.

Pásate a DOBLEROOM y notarás un gran cambio.

 **dobleroom**
HOTELES AL MEJOR PRECIO. GARANTIZADO

 **GRUPO TALONOTEL**
DE VENTA EXCLUSIVA EN AGENCIAS DE VIAJE

Regístrate y haz tus reservas en:

www.dobleroom.com • tel.: 902 44 22 90

escaparate

Los españoles viajan un 17% más en noviembre

En noviembre se han registrado un total de 12,4 millones de desplazamientos de españoles, un 17,2% más que en el mismo periodo de 2006. Andalucía se consolida como principal mercado emisor y receptor. **Pág.40**



Optimismo en cuanto a las previsiones de ventas

Las claves de la estrategia de las agencias pasan por la especialización, la diversificación de clientes y el control en costes, según Amadeus. Con todo, las agencias prevén unas ventas "mejores" a las de 2007. **Pág.07**



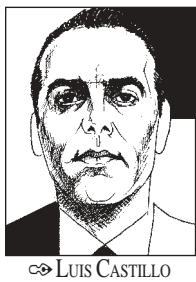
El IPC del sector Turismo y hostelería sube un 1,6%

El IPC ha experimentado una variación del 0,9% en marzo, situándose así en el 4,5%. La ligera subida ha sido motivada, en gran parte, por el empuje de segmentos como el Turismo y hostelería y el transporte. **Pág. 12**

■ Prontuario

Inteligencia artificial

HOY DÍA INTERNET desempeña un papel fundamental en el desarrollo de actividades turísticas, no sólo desde un punto de vista económico, sino también social. De hecho la organización de las actividades turísticas de un cierto grupo de usuarios y el pago de los principales gastos como alojamiento, viajes y billetes se realizan exclusivamente a través de la Red.



⇨ LUIS CASTILLO

La gestión de la oferta turística de una ciudad está siguiendo también estos mismos pasos y existen multitud de sitios web que ofrecen información sobre la oferta de servicios turísticos. Sin embargo, la realidad es que ésta supone una avalancha de información para el usuario, en buena parte estática, y mucha parte de la cual le resulta innecesaria. Incluso a la hora de planificar una visita, la inmensa totalidad de las web ofrecen "planes estándar enlatados", preparados de la misma forma para todos los usuarios, independientemente de sus preferencias. Esto puede suponer un *handicap* para este grupo de usuarios, que busca un valor añadido y personalización en este tipo de servicios.

En el proyecto SAMAP, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, se han desarrollado técnicas de Inteligencia Artificial para diseñar planes de visita personalizados. Esta tecnología permite analizar la base de datos de ofertas turísticas, las preferencias y necesidades de un usuario (movilidad restringida, ritmo de vida, capacidad de gasto, gustos artísticos, culturales o gastronómicos, preferencias de horario) y ofrecer un plan de visita 'a medida' incluyendo distancias, recorridos a pie, gasto previsto y horarios y excluyendo todos aquellos detalles innecesarios que caigan fuera de sus preferencias, necesidades o gustos.

⇨ Luis Castillo es profesor titular de la Universidad de Granada y asesor científico de IActive Intelligent.

El Gobierno eleva el Turismo a rango de Secretaría de Estado en la nueva legislatura

El Sector manifiesta su 'enorme satisfacción' con la Secretaría de Estado específica para el Turismo

La Secretaría General de Turismo ha sido elevada al rango de Secretaría de Estado por el recién constituido Gobierno presidido por José Luis Rodríguez Zapatero, como una de las primeras medidas adoptadas por el nuevo Ejecutivo en materia de Turismo. Una reestructuración que ya ha sido publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE).



José L. R. Zapatero

De esta manera, la actual Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, cuyo titular en funciones es Pedro Mejía, se divide en dos, dando lugar a tres secretarías de Estado. Por un lado, la de Turismo, cuyo máximo dirigente será el hasta ahora director general de Policía y Guardia Civil, Joan Mesquida. Por el otro, la de Comercio y, en tercer lugar, la de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Con esta reestructuración del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

—que dirige Miguel Sebastián, tras haber tomado posesión de su cartera en el día de ayer—, surgen algunas dudas. Como cuál será el cargo que a partir de ahora desempeñará la actual secretaria general de Turismo, Amparo Fernández, así como las funciones del actual secretario de Estado de Turismo y Comercio.

Satisfacción del Sector

El Sector ya ha manifestado su "enorme satisfacción" por la decisión tomada. En este sentido, el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, subraya que "desde la Secretaría General de Turismo (SGT) se ha desplegado una labor extraordinaria en favor del Turismo y estamos seguros de que ésta va a tener mayores posibilidades de acción, al realizarse desde una Secretaría de Estado". Por su parte, el presidente de

FEAAV, Jesús Martínez Millán, asegura que "ésta es la mejor noticia en mucho tiempo". En cuanto que la nueva Secretaría de Estado deja constancia del "buen *feeling* que muestra el nuevo Ejecutivo hacia la importancia del Sector". De igual manera, Martínez Millán señala que con esta medida, "se confirma la fortaleza del Sector durante los últimos años, demostrando que se trata de un valor constante capaz de soportar este tipo de desaceleraciones".

Aunque con este cambio no se satisface uno de los deseos del Sector, como es la "creación de un Ministerio específico de Turismo, sí que supone una mejora en cuanto al reconocimiento al Sector", apunta el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras. No obstante, "lo importante es el contenido del nuevo organismo". Antes de iniciar una batería de peticiones, desde la Asociación esperan conocer "la constitución de la nueva Secretaría de Estado, así como su estructura y

las medidas principales que va a acometer". En cualquier caso, Maciñeiras no duda en "brindar el apoyo de la Asociación" y en ponerse a su disposición.

Sebastián, ministro de Turismo

José Luis Rodríguez Zapatero ha designado como nuevo ministro de Industria, Turismo y Comercio al último candidato del PSOE al Ayuntamiento de Madrid de las pasadas elecciones. Sebastián se enfrenta a la gestión de un Ministerio en el que confluyen tres grandes Sectores de la economía española.

De esta manera, el economista Miguel Sebastián se convierte en el máximo responsable en materia de Turismo en el nuevo Gobierno socialista, y en el que, por otro lado, no se ha contemplado la creación de un ministerio exclusivo para el Turismo, a pesar de ser ésta una de las peticiones más antiguas efectuadas por gran parte del Sector turístico.

Sebastián sustituye a Joan Clos al frente del Ministerio de Turismo

El economista Miguel Sebastián ha tomado posesión de la cartera de Industria, Turismo y Comercio, sustituyendo en el cargo a Joan Clos. Esta ha sido una de las primeras iniciativas tomadas por el recién constituido gobierno socialista. No obstante, Sebastián no es una persona ajena al Ejecutivo socialista, sino que en los cuatro primeros años de gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, Miguel Sebastián fue secretario de Estado y director de la Oficina Económica del presidente. Abandonó el Gobierno en octubre de 2006 para concurrir como candidato del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) a la alcaldía de Madrid en las elecciones municipales de 2007.

Con anterioridad había sido director de Economistas 2004, coordinador del Programa Económico del PSOE y asesor económico de José Luis Rodríguez Zapa-



El nuevo Ministro de Industria, Turismo y Comercio, M. Sebastián.

tero desde 2003. Previamente, había trabajado como economista en el departamento de Estudios del Banco de España y en el Ministerio de Economía y Hacienda.

Joan Mesquida dirigirá la nueva Secretaría de Estado de Turismo

Tan sólo tres días después de la constitución del nuevo Ejecutivo socialista, José Luis Rodríguez Zapatero ha tomado la decisión de crear una Secretaría de Estado de Turismo. Al frente de ésta, con la que se presupone una revalorización del Sector en el ámbito político, se colocará el ex-director general de Policía y Guardia Civil, Joan Mesquida.

El Sector no ha tardado en mostrar su apoyo. Profesional, eficaz, experto en el área de economía y vinculado a la política son los adjetivos con los que los máximos dirigentes de las Asociaciones lo elogian. "En Turismo necesitamos un buen gestor, con autoridad moral y peso político, requisitos que Mesquida cumple a la perfección", asegura el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras. En este sentido, su pasado ligado a la Dirección General de Policía y de Guardia Civil y su vinculación con la política



El recién nombrado Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.

mallorquina y su experiencia en el área de economía "son buenos síntomas, al menos como conocedor del Sector", afirma el presidente de FEAAV, Jesús Martínez Millán.

La OMT celebra una conferencia en Málaga

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha elegido la ciudad de Málaga para celebrar su conferencia internacional 'El conocimiento como valor diferencial de los destinos turísticos' entre el 29 y 31 de octubre de este año. Las actividades turísticas regionales y su impacto global en el empleo y el crecimiento económico serán los ejes centrales del encuentro.

Seis aerolíneas solicitan inmunidad antitrust

El departamento de Transportes de Estados Unidos (DOT) ha propuesto aprobar la solicitud de inmunidad antitrust para los vuelos transatlánticos presentada por seis compañías aéreas miembros de SkyTeam. Las aerolíneas que se beneficiarían de esta liberalización serían Air France, Delta Airlines, KLM Royal Dutch Airlines, Northwest, Alitalia y Czech Airlines.

Los congresos aportan a Sevilla 333 millones

En el año 2007 Sevilla ha acogido 850 reuniones con más de 300.000 participantes que han dejado unos ingresos directos de 333 millones de euros en la ciudad. Así lo ha asegurado el vicepresidente del Consorcio Turismo de Sevilla, Alfonso Rodríguez de Celis, quien ha puesto de relieve la buena posición de este destino en el Sector Turístico.

Dispositivos móviles en el 25% de las pymes

El 25% de las empresas españolas, en concreto pymes y microempresas de menos de diez trabajadores, utilizan las tecnologías de movilidad para acceder a Internet y al correo electrónico como herramienta útil para desarrollar sus procesos de negocio. Esta es una de las principales conclusiones del estudio 'Diagnóstico de movilidad en la pyme española' realizado por Fundetec.

Especialización y control de costes son las claves de la estrategia de las agencias para 2008, según Amadeus

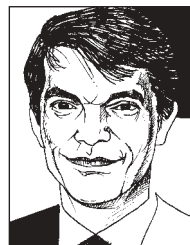
Del estudio de Amadeus se desprende un 'optimismo' moderado en cuanto a la previsión de ventas para el presente año

Las claves de la estrategia de futuro de las agencias de viajes para el presente año pasan por la especialización en productos, la diversificación de clientes y el

control en costes, según una encuesta de Amadeus. La desaceleración por la que atraviesa el Sector Turístico hace que estos modelos de negocio sean una de las me-

jores alternativas para conquistar nuevos nichos de mercado. Con todo, las agencias españolas prevén para el presente ejercicio unas ventas "mejores" a las de 2007.

La especialización, la diversificación y el control en costes protagonizan las estrategias de las agencias de viajes para el presente año, según se desprende de la encuesta Perspectiva Spain 2008, realizada por Amadeus. La desaceleración por la que atraviesa el Sector hace que estos modelos de negocio sean "una de las mejores alternativas para conquistar nuevos nichos de mercado y, de este modo, incrementar las ventas", según el director de Marketing de Amadeus España, Íñigo García-Aranda.



Íñigo G. Aranda



Paul de Villiers

minoristas considera que la especialización es su principal desarrollo de negocio para 2008, tanto en productos y destinos como en clientes. El 30% afirma que la explotación de su negocio se basará en la diversificación de su actividad, en términos de orientación a nuevos nichos de clientes, la introducción de nuevos productos o servicios, o la puesta en marcha de áreas de consultoría a clientes y otros profesionales. Por su parte, el 10% restante considera que su objetivo estratégico para 2008 es el control de costes.

Atendiendo al tipo de agencia —diferenciando entre vacacionales, de negocio o mixtas—, el estudio señala que "todas coinciden en este mismo orden de preferencia estratégica". Aunque no en la proporción. Las vacacionales se decantan

en un 69,7% por la especialización, mientras que tan sólo el 46,4% de las de negocio apuesta por ella para el futuro. En el caso de las mixtas, el porcentaje se eleva hasta el 59,2% de los casos encuestados. Cabe destacar que la agencia de viajes de negocios es la que más decididamente aboga por el control en costes, con un 25%.

Optimismo en cuanto a ventas

Asimismo, del estudio de Amadeus se desprende un "optimismo moderado" en cuanto a las perspectivas de venta para este año, ya que todas las agencias "confían" en que sus ventas van a ser mejores que en 2007. El 52,4% señala que aumentarán de forma "ligera", mientras que el 7,3% apunta que lo harán de forma "drástica". Por su parte, el 15,6% de las minoristas encuestadas considera que no se experimentarán cambios con respecto a los niveles de ventas del pasado año, mientras que el 21,5% prevé que van a disminuir "ligera-mente".



Fuente: Institutos de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR.

Ante la pregunta ¿quién considera que es su principal competidor? el 62,8% de las agencias señala a la agencia de viajes online, mientras que para el 22,7% de los

casos, es el proveedor que vende de forma directa al cliente final. Sólo el 14,3% de las agencias considera a otras agencias tradicionales como su principal competencia.

TU CLIENTE VIAJARÁ MÁS SEGURO

91 268 24 24

Más información: Dpto. Comercial 91 724 24 03 • 93 363 70 00

SERVICIO DE ATENCIÓN A TU CLIENTE 24 HORAS 365 DÍAS AL AÑO

Si surge un imprevisto y tu Agencia está cerrada, ponemos a disposición de tu cliente un servicio de asistencia telefónica 24 HORAS, 365 días al año, para resolverle cualquier cuestión relacionada con la prestación de nuestros servicios.

transHotel®

PROVEEDOR GLOBAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El grupo Over celebra su XIV Convención

El Grupo Over ha celebrado su XIV Convención, en la cual se ha debatido sobre temas de gran interés para los agentes de viajes. Entre éstos, los asuntos en los que se ha centrado el encuentro han sido el enfoque comercial del grupo y su política de incorporación de nuevas agencias, el análisis de 2007, así como las últimas novedades de la intranet de Over.

Air Berlín disminuye sus beneficios en 2007

Una vez confirmados los resultados de 2007, la junta directiva de Air Berlín ha hecho balance de los mismos. Este periodo, marcado por la disminución de los beneficios—70 millones de euros menos—, ha sido calificado por los directivos como un "año de crecimiento", en el que Air Berlín ha aumentado su flota y se ha integrado con las aerolíneas LTU y Belair.

Nace SolyTravel.com, nuevo 'portal' de viajes

En su apuesta por la innovación y el desarrollo de las nuevas tecnologías y plataformas de comercialización de servicios turísticos, el grupo Optursa presenta Solytravel.com. Este lanzamiento, sumado a otros productos que el grupo comercializa vía *online*, demuestran su apuesta por Internet, ya que "el mundo *online* es el futuro", expresan desde la agencia.

La Xunta invierte para dinamizar el Turismo

La Consellería de Innovación e Industria de Galicia destinará 10,43 millones de euros a dinamizar el Turismo de calidad de un modo equilibrado y sostenible. Las ayudas irán dirigidas a empresas y particulares para la creación y mejora de los establecimientos turísticos y promoción del Turismo rural, así como a los ayuntamientos para el fomento de las fiestas populares.

La aerolínea presidida por Hidalgo operará en mayo

A partir del 2 de mayo, Air Dominicana, de la que Juan José Hidalgo es presidente, comenzará sus operaciones desde Santo Domingo. Con dos aviones, la aerolínea realizará varios trayectos entre la capital dominicana y diversas ciudades iberoamericanas y del Caribe, "aunque aún no están completamente decididas cuáles serán las rutas", según fuentes del entorno de Juan José Hidalgo.



Juan José Hidalgo

Precisamente, esta suelta nueva aerolínea ha desatado el malestar de los pilotos de Air Europa, la compañía aérea de Globalia, que la semana pasada anunciaron estar planeando convocar jornadas de huelga para los próximos días. "Continuamos con nuestra intención de realizar los paros, previsiblemente para el mes de mayo, una vez que haya pasado el puente", confirman fuentes del Sindicato Español de Pilotos de Líneas Aéreas (SEPLA). Aunque "las negociaciones están rotas por parte de los pilotos", afirman desde Air Europa, Juan José Hidalgo ha declarado que está "dispuesto a desprenderse de los aviones de Universal Airlines, si con ello logra la paz social con los pilotos". El SEPLA afirma que "no hemos recibido ninguna notificación oficial, por lo que esperearemos a solventar este conflicto en la mesa de negociación".

American Express aumenta un 73% los clientes a comienzos del año 2008

La compañía espera seguir creciendo a través de la innovación y la fidelización

American Express Viajes de Empresa ha aumentado un 73% el número de sus clientes a nivel mundial en los primeros 60 días de 2008, respecto al mismo periodo de 2007. La compañía que dirige Ángel García Butragueño espera seguir creciendo este año mediante la innovación, la tecnología y la fidelidad de sus clientes.

American Express Viajes de Empresa ha comenzado el presente ejercicio con un aumento del número de clientes del 73%. Los principales motivos que han llevado a American Express a conseguir esta cifra de crecimiento han ido los acuerdos alcanzados por diversas compañías privadas y organizaciones del sector público, así como la renovación de contratos. Por ejemplo, se han incorporado a su cartera de clientes empresas como Bentley, Bobcat o el *holding* holandés PGE en el sector de la automoción, Rabobank en el financiero, Cadbury en la industria alimentaria, y otras compañías como TI CGI Group (proveedor mundial de servicios), Medical Counsel de Canadá, Rip Curl

(fabricante francés de ropa) o Man Power (selección de personal). En el sector público se han incorporado, entre otras, Conseil de l'Europe o la Agencia Sueca de Cooperación Internacional.

García Butragueño comenta ante estos resultados que "actualmente son muchas las empresas que reconocen el valor de nuestra marca y confían en nuestra experiencia y conocimiento para generar ahorros en los costes y optimizar la inversión en sus viajes de negocios". Además, añade que "aunque las tensiones económicas han obligado a las compañías a recortar gastos, los viajes de negocios siguen siendo un componente esencial para el crecimiento de una empresa". Por otro lado,

American Express Viajes de Empresa pretende seguir creciendo de manera sostenida durante este año a través del desarrollo de la innovación y la tecnología, así como de la fidelización de sus clientes. Para ello, la compañía ha reforzado su equipo directivo. En primer lugar, con Priyan Fernando, actual director de Operaciones Globales, que se encargará también de dirigir los servicios de Gestión de Clientes y Consultoría. Por su parte, Andy McGraw, vicepresidente senior y director general de Ventas Internacionales, dirigirá también la organización de ventas internacionales en todos los mercados. Por último, Lisa Durocher ha sido nombrada como vicepresidenta senior de Marketing e Innovación.

El Sector demanda profesionales con 'idiomas, formación y adaptabilidad a las nuevas tecnologías'

Así lo han manifestado los expertos turísticos asistentes al acto del 50 aniversario del Centro Español de Nuevas Profesiones

La mejora de la formación hacia el profesional turístico ha sido el eje central de la jornada organizada por el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP). La falta de

conocimiento de idiomas y la escasa adaptación a las nuevas tecnologías han sido algunas de las quejas planteadas, donde cobra especial importancia el "poco reconoci-

miento social del Sector Turístico". Asimismo, durante el encuentro un total de 14 expertos turísticos han debatido sobre el pasado y el futuro del Turismo a nivel nacional.

La evolución de los estudios de Turismo ha sido el tema sobre el que ha girado la jornada 'Las profesiones del Turismo, 50 años después', organizadas por el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP). Durante el evento, un total de 14 expertos turísticos han debatido sobre el pasado y el futuro del Turismo a nivel nacional. Todos ellos han coincidido en destacar que la "escasez de personal profesional cualificado" con el que cuenta el Sector en la actualidad es uno de los principales problemas a los que se enfrenta de cara al futuro.

Adaptarse a los avances

Un buen profesional del Turismo debe reunir un amplio conocimiento de idiomas, una formación adecuada y fluidez en el uso de las herramientas de la Red, según los expertos. Asimismo, la adaptabilidad al cambio y la autoformación, son parte de las característi-

cas de la profesión turística. Desde el punto de vista del desarrollo del modelo de negocio, la especialización cobra una especial importancia como estrategia de evolución para el Sector, ya que "hoy en día no vas a ningún lado sin especializarte".

Asimismo, el director general del CENP, Francisco Javier Carreño, encargado de inaugurar la jornada, ha criticado el "poco respaldo social con el que cuentan los estudios de Turismo". Carreño, fundador de la escuela e impulsor de los estudios de Turismo en nuestro país, destaca este hecho teniendo en cuenta que "más del 10% de los empleos en España están directa o indirectamente relacionados con el Sector Turístico".

De igual modo, la transformación del Plan de Estudios de Turismo han sido otras de las cuestiones planteadas durante el acto. En parte porque "el hecho de no aplicar el nuevo plan de

Bolonia en la mayoría de los centros en que se imparten estos estudios preocupa", han manifestado durante el acto.

Respecto a la evolución de la escuela, Carreño insiste en que "la historia de la formación superior en España hubiera sido diferente de no mediar la fundación, hace ahora 50 años, de nuestro centro". Ya que, entre otros, el CENP ha contribuido "a la puesta en marcha de la primera Escuela de Turismo y a la primera legalmente reconocida por el Ministerio de Información y Turismo", recuerda Carreño.

El acto ha servido de escenario para celebrar el 50 aniversario del centro, miembro asociado de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y primera Escuela de Turismo en España. Entre los asistentes, ha destacado la presencia del presidente de la Asociación de Ciudades Candidatas a la Capitalidad europea, Elvira Prado, también ex-alumna del centro.



Un total de 14 profesionales del Sector se han dado cita en la jornada del CENP.

Fomento de Turismo aboga por aplicar en las Pitiusas el modelo de Benidorm

El presidente de Fomento de Turismo de Ibiza, José Tur, ha puesto de manifiesto la necesidad de "seguir el modelo desestacionalizador de Benidorm", aunque no en cuanto a aspectos "muy criticados en materia urbanística", sino en las acciones "a imitar para la plena ocupación y fluidez de turistas en el año".

José Tur Olmo recordó que para asemejarse al modelo de Benidorm en Ibiza y Formentera deberían mantenerse las playas limpias durante los 12 meses del año, como ocurre en la ciudad alicantina, en la que visitantes de todo Europa "hacen uso de ellas en meses como abril donde los 18 o 21 grados de máximas son para los residentes del norte pleno verano". El presidente de Fomento de Turismo asegura que las similitudes en cuanto a plazas hoteleras, y condiciones climatológicas son patentes "aunque Ibiza contaría con ventaja por su oferta cultural y natural".

Se trata de un hecho que también ocurre en comparación con destinos como las Islas Griegas que mantienen un Turismo de cruceros todo el año, "a pesar de que sus atractivos son muy inferiores a los de las Pitiusas", paliando estos hechos con unas instalaciones portuarias preparadas para recibir a seis o siete cruceros al mismo tiempo. Tur Olmo recordó que sin inversión en una mejora del puerto de Ibiza, "que no sólo no puede acoger un

turismo de cruceros de calidad, sino que tampoco cuenta con servicios que prestarle", o del aeropuerto, que carece aun de *fingers* y es tercermundista", será muy difícil mejorar la que es la principal industria y fuente de riqueza de la isla.

Mantener los principales mercados emisores para las Pitiusas, (Alemania, Inglaterra y España), con campañas como la que hoy se acomete

en Cuenca, es uno de los aspectos clave para el responsable turístico. Al tiempo que recuperar turistas de zonas como Escandinavia "con un alto poder adquisitivo". Por último, el presidente de Fomento del Turismo recordó que en cuanto a las campañas en el Levante, Norte de España o Cataluña "éstas han sido muy eficientes y de hecho están ahora siendo copiadas por Mallorca".



Benidorm destaca por su plena ocupación y la fluidez de turistas todo el año.

Dos nuevas aerolíneas en la 'lista negra' de la Unión Europea

La Unión Europea ha realizado la actualización trimestral de la conocida 'lista negra' por la que las aerolíneas que no cumplan un mínimo de requisitos de seguridad, no pueden sobrevolar territorio europeo, ni tomar tierra en ninguno de sus aeropuertos. En esta ocasión, la Comisión Europea ha incluido dos aerolíneas más a la lista: Ukraine Cargo Airways, que sería la tercera ucraniana que se añade, y la congoleña Hewa Bora, que antes estaba autorizada a operar con una aeronave específica por un acuerdo especial.

Al mismo tiempo, la Comisión está supervisando estrechamente los progresos en la aplicación de las medidas correctoras por parte de aerolíneas como Mahan Air (Irán), TAAG Angola Airlines y de todas las aerolíneas indonesias, que, por el momento, continúan en la lista. Para el vicepresidente de la Comisión y responsable de Transporte, Jacques Barrot, ha manifestado que "la conclusión está clara: aquellos Estados o compañías aéreas que no actúen con decisión para corregir sus deficiencias en materia de seguridad se incluirán en la lista". Por ello, "la Comisión seguirá dialogando incansablemente con los Estados, las respectivas autoridades civiles y sus compañías aéreas para garantizar niveles aceptables de seguridad aérea".

Horizontales
1- Afirmación
Verticales
2- Moverse de un lugar hacia otro

Somos tan puntuales que no tendrás tiempo para más

Londres

desde

115 € i/v

París

desde

111 € i/v

Roma

desde

102 € i/v

Lo sentimos amantes de crucigramas, autodefinidos y sudokus. No es nada personal. Pero con unos **horarios puntuales**, unos **precios asequibles** y unas **frecuencias de vuelo que se adaptan a vuestro ritmo de vida**, se acabaron las esperas para volar.

volar es más

Infórmate en tu **Agencia de Viajes**, en aircomet.com o en **[900 99 54 99]**

Consultar condiciones y disponibilidad de plazas. Tarifas de ida y vuelta en clase turista. Incluye impuestos y cargos de emisión en web. Otros cargos de emisión no incluidos. Salidas desde Madrid. Vuelos sin escalas. Consultar tarifas para A Class.

Superávit de la Balanza de servicios turísticos

La Balanza de Servicios ha registrado un superávit en el mes de enero de 1.320,7 millones de euros, superior a la del mismo periodo de 2007. Esta evolución positiva se ha debido, en gran parte, a la disminución del déficit de los 'otros servicios'. Asimismo, también ha ayudado el aumento del superávit de Turismo y viajes, que se ha situado en 1.622 millones de euros.

Nace Delta, fusión de dos compañías aéreas

Delta Airlines y Northwest Airlines han alcanzado un acuerdo de fusión mediante una transacción de sus acciones valorada en más de 1.000 millones de euros. La nueva aerolínea, llamada Delta, integrará las rutas de ambas compañías, ofreciendo "un mayor número de opciones, con más destinos que cualquier otra aerolínea del mundo", afirman desde Delta.

Thomas Cook pone en marcha una aerolínea

Ya está operativa la aerolínea Thomas Cook Airlines, uno de los proyectos derivados de la fusión con My Travel Group. Por su tamaño se ha convertido desde el inicio de operaciones en la segunda compañía aérea más grande de Reino Unido, como informan desde el grupo turístico. Además, Thomas Cook ha adquirido el turoperador de lujo Elegant Resorts LTD.

TAP supera en 2007 los 32 millones de beneficio

En sólo siete años —entre 2000 y 2007—, TAP, compañía aérea con mayor peso en el transporte aéreo portugués, ha pasado de registrar pérdidas de 122 millones de euros a obtener un beneficio de 32,8 millones de euros. La aerolínea estatal portuguesa ha obtenido los mejores resultados de su historia, mientras que el crecimiento del beneficio respecto a 2006 ha sido del 350%.

El IPC del Turismo y la hostelería sube hasta el 5,4%

El Índice de Precios de Consumo (IPC) ha experimentado una variación interanual del 0,9% en marzo, situándose en el 4,5%. La ligera subida de precios durante dicho periodo ha sido motivada, en gran parte, por el empuje de segmentos como el Turismo y hostelería, el transporte y el vestido y calzado. En primer lugar, con un incremento mensual del 1,6%, el Turismo se ha situado en el 5,4% interanual. Por su parte, el transporte ha experimentado un aumento del 1,7%, con un crecimiento anual del 7,5%.

Otro segmento relevante en dicho periodo, aunque con un aumento de precios menor —un 1% más que en febrero—, ha sido el de hoteles, cafés y restaurantes, que ha cerrado marzo con un incremento interanual del 5,2%. En la diferenciación entre Comunidades autónomas, el índice general ha experimentado los mayores aumentos en Canarias, País Vasco y Galicia, con el 1,1%, 1% y 1%, respectivamente. Por su parte, La Rioja ha cerrado el mes con el menor aumento de precios, un 0,7%.

Las regiones insulares buscan soluciones para paliar sus desventajas geográficas permanentes

El presidente de Baleares coincide con el enfoque de la Comisión Europea, apostando por el desarrollo sostenible

Un total de 25 regiones insulares de la Unión Europea se han dado cita en Palma de Mallorca en la Conferencia de Regiones Periféricas y

Marítimas de la Unión Europea. El principal objetivo de dicho encuentro, que ha contado con la presencia de Francesc Antich, ha sido deba-

tir sobre las desventajas geográficas de estas regiones, así como las posibles estrategias de Turismo sostenible que podrían llevar a cabo.

Palma de Mallorca ha sido la sede de la Conferencia de Regiones Periféricas y Marítimas de Europa, en la cual se han dado cita representantes de las 25 regiones insulares de la Unión Europea. Durante el encuentro internacional, además de la preocupación por el posible aumento del precio del transporte aéreo, los representantes insulares han acordado dar especial atención a las "desventajas geográficas graves y permanentes de las regiones insulares", afirma el presidente del Govern balear, Francesc Antich.

En este sentido, el presidente del Govern ha destacado que frente a una desventaja tan evidente como la del transporte, Baleares se ve obligada a "buscar soluciones para mejorar las conexiones". Asimismo, durante la Conferencia de Regiones Periféricas y Marítimas de Europa, Antich también ha hecho hincapié en la imperiosa necesidad de fomentar el desarrollo sostenible en las regiones insulares, ya que son "destinos turísticos intrínsecamente

ligados a su entorno rural". En este sentido, frente a la "urbanización masiva", Antich ha destacado la importancia de "conservar la riqueza cultural y la biodiversidad".

El presidente balear y el resto de regiones han instado a aplicar un modelo turístico sostenible, cuyas estrategias, "además de cubrir las necesidades del presente, protejan e intensifiquen las oportunidades futuras". Por ello, ha abogado por la implantación de una estrategia común que "luche contra el cambio climático y reduzca el impacto del transporte". Finalmente, la Comisión de las Islas ha admitido que, aunque el Turismo ha sido un factor "claramente positivo", también ha tenido impactos negativos, como por ejemplo, "la precariedad laboral, la falta de cualificación de los empleados del sector y la fuerte especulación urbanística".

Por su parte, el vicepresidente de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (Aviba), Carlos Almoguera, a pesar



El presidente del Govern balear, Francesc Antich, durante la conferencia.

de no haber recibido notificación alguna por parte del Govern sobre la celebración en Palma de dicha conferencia, ha coincidido con la visión de Antich. A este respecto, Almoguera ha subrayado que uno de los grandes retos de Baleares es el de "garantizar la conservación de los espacios naturales de la isla". Asimismo, bajo esta premisa de ofrecer un Turismo de calidad que perdure a largo plazo, Almoguera

considera necesario "mejorar aquellas zonas más explotadas".

El vicepresidente de Aviba también ha alertado de la relajación del Govern en el segmento del mercado de reuniones y Turismo de congresos. A este respecto, Almoguera ha señalado la importancia de este segmento para el desarrollo turístico de Baleares, "por lo que no hay que abandonar las inversiones en este ámbito".

Ploriferan las iniciativas encaminadas a reducir las emisiones de CO2 del Sector

Entidades como Sol Meliá y Alsa han mostrado su compromiso con el medio ambiente

La preocupación por el cambio climático es una realidad. Tras la presentación de la iniciativa Sistema de Compromisos Voluntarios, por parte del

Ministerio de Medio Ambiente, ahora ha sido el turno de la compañía aérea KLM, que colaborará con OneCarbon para reducir las emisiones de CO2.

Cada vez más empresas reorientan su estrategia corporativa, implantando acciones encaminadas a fomentar el respeto al medio ambiente. En un principio, las compañías aéreas fueron las primeras en llevar a cabo este tipo de proyectos, reduciendo su emisión de CO₂, pero en la actualidad, gran número de empresas del Sector Turístico están mostrando su interés. Claros ejemplos de esta apuesta por el desarrollo sostenible son Sol Meliá y Alsa, las cuales han sabido adaptar sus instalaciones, utilizando tecnologías limpias y realizando campañas de sensibilización entre sus empleados. En el caso de Sol Meliá, en 2007 ha evitado la emisión a la atmósfera de más de 2.900 toneladas de CO₂.

Ambos modelos empresariales han servido como punto de partida del Sistema de Compromisos Voluntarios, iniciativa lanzada conjuntamente entre el Ministerio de Medio Ambiente y el Observatorio de la Sostenibilidad de España (OSE). Enmarcado en el Plan de Medidas Urgentes de la Estrategia Española de Lucha contra el Cambio Climático y Energía Limpia, dicho plan pretende incentivar al sector empresarial para conseguir una reducción de al menos un millón de toneladas de CO₂.

Entre las ventajas que supone la adscripción al Sistema de Compromisos Voluntarios, José Luis de la Cruz, miembro del Área de Procesos de Sostenibilidad del OSE, explica que las entidades que cum-

plan con la reducción de gases "podrán utilizar el logotipo" diseñado por el OSE, el cual certifica que respeta el medio ambiente.

KLM reduce la emisión

Coincidiendo con esta apuesta de la Administración pública, KLM ha llegado a un acuerdo con el grupo de créditos de carbono 'OneCarbon', mediante el cual, además de neutralizar la emisión de CO₂ de sus aviones, ofrecerá a sus pasajeros la posibilidad de compensar la 'huella' de carbono. Ambas empresas colaborarán en el desarrollo de proyectos de reducción voluntaria de emisiones con el sello 'Gold Standard' a cambio de créditos de carbono.



Gebta ha entregado sus premios anuales a los profesionales del Sector.

Gebta entrega sus premios a profesionales del Sector

Gebta ha entregado sus premios anuales 2008 a los profesionales e instituciones relacionados con el Sector Turístico. Es así como ha reconocido, entre otros, al presidente de Amadeus, José Antonio Tazón, al Instituto de Empresa y a Ferrocarriles de Vía Estrecha (Feve).

El premio a la 'innovación' ha sido otorgado al Instituto de Empresa "en reconocimiento por su desarrollo de programas de forma-

ción y especialización, dirigidos al sector de viajes y Turismo". Asimismo, el galardón a la 'trayectoria profesional' ha sido para el presidente de Amadeus, José Antonio Tazón, "por su labor desempeñada en la industria turística". Igualmente, los premios Gebta 2008 han reconocido la labor a la 'iniciativa' a Feve "por la creación de productos turísticos diferenciales en los caminos de la 'España Verde'".

GEACTUALIDAD

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Informativo quincenal del Grupo GEA

Reuniones comerciales de Gea (1)

Durante este mes de abril, Gea celebra por todo el país sus reuniones comerciales de directores de agencias miembros. Aquí recogemos algunos momentos de las reuniones celebradas en

Vecindario (Gran Canaria) para Islas Canarias; y, Baracaldo (Vizcaya) para las agencias de País Vasco, Cantabria, La Rioja y Navarra. Ambas reuniones patrocinadas por Talonotel.

Reunión del Grupo Gea en las Islas Canarias



Participantes en la reunión de Canarias de Grupo Gea.

Con la participación de 35 gerentes de las agencias de Gea en Canarias, el pasado 9 de abril se celebró en el Gran Hotel Elba Vecindario Aeropuerto de Gran Canaria, la reunión comercial de este año en el archipiélago canario. Durante la misma, en la que el equipo de gestión presentó todo lo referente al año comercial 2007 y los acuerdos negociados para 2008 con el distintos proveedores; contó además con la participación testimonial de Javier Ruz, Jefe Nacional de ventas de Air Europa; Juanjo Blasco, Director General de 5 Estrellas Club; Tere Rocabert de Europcar; Lorenzo Spinelli de Fred Olsen; y, Concha Muñoz de Grupo Banco Popular.

Además de la toma de distintas decisiones comerciales, durante la reunión se presentó el portal de venta online que permitirá posicionar las agencias en la Internet. Por parte del equipo de gestión de Gea participaron el director comercial de Gea, David Cáceres; el delegado del Grupo para Canarias, Antonio Lara, y el coordinador para el archipiélago, Sunil Daryanani; además de Javier Redondo, delegado de la zona norte y coordinador de Gea en Tecnología.

Cifras de Gea en Canarias. El Grupo está integrado por 38 empresas que su-



Javier Ruz de Air Europa.

man un total de 75 oficinas de ventas en las Islas; un conjunto de empresas que en 2007 facturaron un total de 73,5 Millones de Euros, cuya distribución por los distintos segmentos de venta es la siguiente: Ventas a Cías Aéreas, el 65,09%; a Mayoristas Vacacionales, el 18,58%; a Cadenas y Central de Reservas Hoteleas, el 9,33%; a Compañías marítimas de Pasajes, el 5,30%; a empresas de Rent a Car, el 1,36%; más un pequeño porcentaje que aúna las ventas de Seguros de Asistencia, Ferrocarril, y a empresas de autocares, con el 0,32% de los 73,5 Millones de Euros totales.

VACACIONES GRATIS

Se inicia la sexta campaña 'Vacaciones Gratis' Gea 2008

El Grupo ha presentado la que será su sexta campaña "Vacaciones Gratis" consistente en el sorteo entre los clientes de las agencias del Grupo de premios en metálicos de hasta 60.000 euros, repartidos en cuatro premios de 6.000 euros y dieciocho premios de 2.000 Euros, con los que una parte o la totalidad del viaje adquirido por los agraciados será gratis. Como importante novedad de este año, la campaña está patrocinada por Travelplan y Air Europa. La cartelería de la campaña está ilustrada por el pintor Lorenzo Saval.



Reunión del Grupo Gea en la Zona Norte



Participantes en la reunión de la Zona Norte de Grupo Gea.

En el hotel Novotel de Baracaldo se convocaron a los gerentes de las agencias del Grupo en Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra el pasado 11 de abril; una zona en la que el Grupo cuenta con 36 empresas asociadas que suman 60 oficinas. Entre otras, asistieron los representantes de las agencias Viajes Gestur, Saturno Vip, Donosti, Itsasur, Viajes García, My Way, Estysol, Keops, Gorbea, Master Inn, Safa Travel, Viajes Arán, Viajes Merindades y Travel Rioja. Durante la reunión, a la que asistió el director general de Gea, Prisciliano

Fernández, contó con la participación de Pablo Canivel de Reglow Mixter, empresa coordinadora del proyecto y herramienta de venta online del Grupo. Por parte del equipo de gestión del Grupo, estuvieron presentes, el director general y comercial del Grupo, y los delegados Antonio Lara, Juan Carlos Rivero, y Javier Redondo, director de esta zona. La reunión de cerró con la exposición de novedades de Grupo Talonotel, como patrocinador de la misma, por la Jefa de Ventas Beatriz Notivol, y el comercial de País Vasco, Joseba Fernández.



Beatriz Notivol y Joseba Fernández de Grupo Talonotel.



Arriba: Prisciliano Fernández, Pablo Canivel y Javier Redondo. Abajo: directores de agencias de Gea en la reunión.



Directivos de Club 5 Estrellas.



Vueling transporta un 32% más de pasajeros

La compañía aérea de 'bajo coste' Vueling ha transportado un total de 1,4 millones de pasajeros en el primer trimestre de 2008, lo que representa un incremento interanual del 32,1%. En cuanto al mes de marzo, la aerolínea catalana también ha experimentado un aumento en el número de pasajeros del 33%, llegando a transportar en este periodo a 539.042 personas.

Plantour ampliará su número de delegaciones

El grupo turístico mallorquín Plantour ha anunciado una ampliación de las delegaciones en diferentes puntos de la geografía española que tienen como objetivo garantizar una mayor cercanía entre el delegado y los asociados de la zona. Sirviendo como ejemplo Andalucía, las delegaciones serán además, agencias de viajes, por lo que aumentarán los puntos de venta.

Andalucía invierte en la mejora de sus servicios

Ocho municipios de las provincias de Málaga, Cádiz y Almería han obtenido financiación estatal por valor de 33,2 millones de euros para ejecutar medidas de mejora de las infraestructuras, equipamientos y servicios turísticos. La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ha avalado un total de 35 proyectos para estas localidades.

InteRail se remodela, mejorando sus ingresos

Tras asumir la dirección de InteRail el pasado año 2007, el grupo Eurail, ubicado en los Países Bajos, ha relanzado el producto, eliminando el antiguo sistema de zonas, en favor de un pase para todos los países u otro único para una nación. Con este nuevo producto, Eurail ha incrementado los ingresos un 34%, alcanzando 41,5 millones en el año 2007.

Los eventos históricos contra la estacionalidad

La proximidad de la celebración de los actos conmemorativos del Bicentenario de la Guerra de la Independencia ha servido de telón de fondo a la Mesa del Turismo para insistir en la idea de que este tipo de eventos históricos, culturales y de ocio pueden favorecer la desestacionalización del Turismo nacional. Como explica el presidente de la Mesa, Juan Andrés Melián, la oferta turística española "debe superar el cliché del 'sol y playa', que funciona muy bien y es imprescindible, aunque tiene que ser complementada con otras opciones para competir con los países emergentes".



Madrid conmemora el bicentenario.

Desde el próximo 2 de mayo y hasta 2014, se van a suceder todo tipo de actos relacionados con la celebración de la Guerra de la Independencia y, como explica Melián, "deben ser utilizados como elemento dinamizador para el Sector en muchas zonas del país". De esta forma, como subraya la Mesa, pueden servir para potenciar el Turismo receptor de los países que participaron en la contienda como Francia, Gran Bretaña o Polonia. Así, Melián destaca que "hitos como el bando de los Alcaldes de Móstoles, los fusilamientos del 3 de mayo

de Madrid, el sitio de Zaragoza, la batalla de Bailén o las Cortes de Cádiz tienen una gran fuerza histórica para erigirse en reclamos turístico nacionales e internacionales" a estas ciudades.

Por todo ello, el presidente de la Mesa del Turismo concluye que "España debe ofrecer calidad y diversidad en su oferta". Y destaca que en este marco "las propuestas de carácter histórico, ocio, deportivas o culturales tendrán un papel fundamental en los próximos años y ejercerá, además, de elemento desestacionalizador".

XML viajes facilita la venta vía 'web' a la agencia tradicional

José Ramón Díaz: 'Nuestro objetivo no es competir con las agencias 'online'

Tras año y medio de trabajo y con una inversión cercana a los 150.000 euros, la empresa XMLviajes ha lanzado un sistema pionero que permite a las agen-

cias comercializar sus productos vía online. El objetivo de dicho proyecto es que «Internet deje de ser una amenaza» para las agencias tradicionales.

El buen comportamiento de la venta de productos turísticos a través de Internet ha motivado que un gran número de agencias tradicionales hayan reorientado su estrategia hacia el medio *online*. Ante esta creciente demanda de productos turísticos vía *online*, la empresa de capital almeriense XMLviajes ha lanzado un sistema que facilita a las agencias de viajes la comercialización de sus productos a través de Internet.

Entre las ventajas de este nuevo servicio, además del corto periodo de instalación—las agencias podrán 'colgar' sus ofertas en un día—, el director de la compañía, José Ramón Díaz, subraya que "no es necesario que los clientes tengan conocimientos de programación y de gestión de entornos *web*, y no precisa un mantenimiento informático". "Asimismo, este sistema ofrece las mismas garantías que cualquier gran buscador de ofertas de viajes", expresa Díaz.

Con esta iniciativa, XMLviajes pretende cambiar la visión negati-

va que las agencias tradicionales tienen de Internet. En este sentido, el director de la empresa almeriense explica a NEXOTUR que con el paso de los años, "las agencias tradicionales han pasado de ver el medio *online* como una amenaza, a considerarlo una oportunidad o incluso una necesidad". A pesar de esta orientación al mercado *online*, Díaz advierte que la intención de XMLviajes con la implantación de este servicio no es "competir con las grandes agencias *online* que operan en España, sino cumplir con una demanda de los clientes, buscando así su fidelización".

Para la inscripción en el servicio, las agencias deberán introducir sus datos en el formulario del 'portal' de XMLviajes. Tras completar la inscripción, contarán inmediatamente con un *site* propio, pudiendo elegir entre tres plantillas diferentes. Además, una vez creado el entorno *web*, se le asignarán unos códigos reconocidos por los mayoristas, lo que les per-



Detalle de XMLviajes.

mitirá vender billetes de avión, cruceros, 'paquetes' vacacionales, hoteles y alquiler de coches, efectuando el cobro a tiempo real.

Aunque todavía es pronto para lanzar previsiones económicas, Díaz se ha mostrado confiado en el éxito de XMLviajes en el Sector. En la actualidad, un total de 15 agencias de viajes ya han contratado los servicios de la empresa almeriense. En cuanto a las previsiones para el cierre del ejercicio 2008, el director de la compañía espera "superar las 100 agencias".

Silvio Berlusconi asegura que el gobierno se hará cargo de Alitalia

El director de IATA exige a Alitalia 'garantías' para permanecer en la asociación

Los resultados de las elecciones italianas podrían suponer una barrera insalvable que impediría definitivamente que Air France culminase la adquisición de

Alitalia. Por su parte, el vencedor en los comicios, Silvio Berlusconi, ha expresado que el gobierno se hará cargo de la aerolínea de bandera de Italia.

Si parecía difícil que finalmente el grupo Air France-KLM pudiese hacer efectiva la compra de Alitalia—especialmente por la falta de acuerdo con los sindicatos de la aerolínea—tras el resultado de las elecciones, la opción del grupo franco-holandés se vuelve aún más improbable. Tras su amplia victoria, la coalición de centro-derecha apostará, tal y como manifestó su líder, Silvio Berlusconi, por la conservación de la "italianidad" de la compañía aérea, cerrando así las puertas a posibles compradores externos.

Por ello, las esperanzas, tanto del grupo franco-holandés, como de los sindicatos—que veían la inyección de capital de Air France-KLM como la única solución para

paliar la situación de quiebra—, de reanudar las negociaciones una vez finalizadas las elecciones, podrían verse truncadas. En este sentido, Berlusconi ha asegurado que su gobierno "se hará cargo de la situación de Alitalia". Asimismo, el nuevo presidente italiano ha afirmado que "serán cubiertos los servicios a los pasajeros y haremos todo lo que sea necesario para que la compañía aérea continúe funcionando".

Tras la victoria del partido de centro-derecha podrían ganar fuerza los otros dos posibles compradores que han participado en el proceso de compra. Por un lado, Air One, aerolínea italiana que pujó inicialmente por Alitalia. La otra posibilidad sería la aparición de una ofer-

ta por parte de un consorcio italiano con el apoyo de Berlusconi, tal y como afirmó el mismo en su día.

Tras su encuentro con el comisario europeo de Transportes, Jacques Barrot, el director general de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), Giovanni Bisignani, ha exigido a Alitalia "garantías adecuadas y suficientes" para continuar formando parte de la asociación. En este sentido, Bisignani ha expresado que "en caso de no presentar dichas garantías, empezando por las financieras, Alitalia deberá salirse del sistema internacional, y por tanto cerrar". Finalmente, el director de IATA ha señalado que la compañía aérea italiana se encuentra en una situación "extremadamente deteriorada".

Un 3% más de viajeros en el transporte doméstico

En el mes de febrero, un total de 159,8 millones de españoles han utilizado alguno de los servicios de transporte, lo que representa un incremento interanual del 2,9%. Entre los diferentes segmentos, el transporte por carretera continúa siendo el que tiene un mayor peso, con más de un millón de viajeros. Además, los autobuses han experimentado un aumento del 2,96% respecto al mismo periodo de 2007. Dentro de este medio de transporte, el laboral ha sido el que más ha aumentado su flujo de viajeros, con un 6,3% más.

El segundo medio de transporte más utilizado por los españoles para sus desplazamientos dentro del país ha sido el ferrocarril, que con un crecimiento del 2,15%, ha sido la vía utilizada por 50 millones de personas. Entre los diferentes servicios ferroviarios, los de Media Distancia y Cercanías han sufrido un cierto estancamiento, mostrando leves ascensos, mientras



El AVE ha crecido un 22,17%.

que el AVE y los trenes de larga distancia han registrado un espectacular incremento del 22,17%.

El transporte aéreo doméstico, el tercero en importancia, mantiene durante febrero la variación positiva reflejada en los últimos años. Durante dicho periodo ha transportado a 3,3 millones de pasajeros, un 9,76% más que en 2007. Finalmente, la vía marítima también ha cerrado el mes con un notable aumento del 9,38%, siendo el medio utilizado por 451.000 viajeros.

Accor presenta su 'web' con mayor información



Accor Hotels presenta una nueva versión de su web con mejoras a una funcionalidad que ya era buena. En ella los agentes pueden encontrar un amplio conjunto de información y herramientas para su gestión.

Accor Hotels presenta una nueva versión de su web con mejoras a una funcionalidad que ya era buena. En ella los agentes pueden encontrar un amplio conjunto de información y herramientas para su gestión.

Reserva de los vuelos de Condor para las agencias



Condor dispone de dos páginas en Internet: una, que ofrece la gestión de reservas de sus vuelos, hoteles y coches de alquiler, mediante enlaces con terceros, al usuario final; y otra distinta para la gestión de las agencias.

Condor dispone de dos páginas en Internet: una, que ofrece la gestión de reservas de sus vuelos, hoteles y coches de alquiler, mediante enlaces con terceros, al usuario final; y otra distinta para la gestión de las agencias.

Mejor información para los eventos en Oviedo



La nueva versión de la web del Palacio de Congresos de Oviedo ofrece, con una estructura y una estética muy mejoradas, una información más completa sobre el palacio, su entorno, sus espacios, servicios y también sus tarifas.

La nueva versión de la web del Palacio de Congresos de Oviedo ofrece, con una estructura y una estética muy mejoradas, una información más completa sobre el palacio, su entorno, sus espacios, servicios y también sus tarifas.

Información muy general de transporte por carretera



La Compañía Esteban Rivas, empresa especializada en los servicios de transporte terrestre, presenta una página de diseño muy cuidado, pero con una información muy limitada sobre la empresa y sus servicios.

La Compañía Esteban Rivas, empresa especializada en los servicios de transporte terrestre, presenta una página de diseño muy cuidado, pero con una información muy limitada sobre la empresa y sus servicios.

La mitad de las reservas se harán en 'web' propias en el plazo de dos años

Contar con 'web conectadas con el resto de tecnologías del hotel' será la clave

Las ventas *online* en hoteles se sitúan entre el 5% y el 10%, aunque las previsiones indican que alcanzarán el 50% en 2010. Un aumento 'exponencial' pero que arroja dudas sobre la capacidad de las actuales tecnologías de reservas, sobre todo en hoteles independientes, para absorber esa demanda.

Entre 2005 y los primeros meses de este año, un tercio del total de reservas hoteleras en Europa se realizó a través de Internet, según el análisis del motor de reservas Bookassist. En mercados más 'maduros' este porcentaje alcanza niveles del 40% y 50%, aunque bien es cierto que clientes como el británico mantienen una tradición *online* muy por encima de la media europea.

En cualquier caso si las previsiones en España apuntan a un crecimiento en la venta *online* que alcance el 50% del total, la pregunta es: ¿Están las páginas *web* de los hoteles preparadas para satisfacer esa demanda? Según Bookassist, la mayor parte de hoteles y cadenas españolas se han centrado hasta ahora en "desarrollar 'portales' muy vistosos", pero donde resulta complicada la interconexión con el resto de tecnologías del establecimiento, como puede ser la disponibilidad de habitaciones en tiempo real.

Se trata de un hecho que confirma a NEXOTUR el director de operaciones del Hotel Mirasierra, Miguel Ángel Doblado, que acaba de estrenar página *web* con la tecnología de E-Hotelier. A su juicio, es "imprescindible ofrecer la mayor facilidad y sencillez al cliente para que efectúe sus reservas",



Imagen de la recién estrenada página 'web' del Hotel Mirasierra.

por lo que el hotel ha prescindido de elementos 'accesorios' "que evitan esperas en la carga". "Además", continúa, "se ha conectado todos los sistemas para disponer de la máxima información en tiempo real", explica.

De hecho, algunos de los fallos "más frecuentes", según Bookassist son la rigidez del sistema de reservas, la falta de seguridad en las transacciones o el "desfase" de algunos elementos. Y es que si los usuarios encuentran "dificultades o procedimientos engorrosos abandonan rápidamente la página" aseguran los expertos en *marketing online* del motor de reservas.

Independientemente de que los establecimientos sigan contando con los canales de comer-

cialización actuales, si no están ofreciendo al consumidor una buena página y un motor de reservas "activo y eficaz", estarán perdiendo competitividad. Junto a esto, la mejora del posicionamiento y también la adaptación a las tecnologías 2.0 resultan "indispensables" para aumentar las ventas.

Sin embargo, aspectos como elevar el posicionamiento en buscadores, incrementando el tráfico a sus propias páginas, hasta ahora 'nubladas' por las agencias de viajes *online*, resulta también una cuestión "compleja y cara", como recuerda Doblado, especialmente para los establecimientos independientes que no cuentan con los medios de los grandes portales de comercialización, o los recursos de las cadenas, puntualiza.

Nace TravelTainment, con más de 470 destinos

Amadeus ha reunido en un único departamento toda su tecnología para la distribución multimercado y multicanal de los productos de ocio. TravelTainment-The Amadeus Leisure Group ofrece al cliente el acceso a 470 destinos que cubren el 80% de los destinos vacacionales del mundo.

TravelTainment-The Amadeus Leisure Group es la nueva división de tecnología creada por Amadeus para suministrar herramientas de distribución internacional de productos de ocio. La nueva línea de negocio reúne tres divisiones de tecnología para este segmento: TravelTainment, Amadeus Tours y la gestión y desarrollo de productos para TOMA, solución de 'paquetes' turísticos.

Como explica el vicepresidente de Marketing de Amadeus, Ian Wheeler, "hemos agrupado nuestra tecnología y conocimientos del sector internacional de los viajes de ocio en una única organización y ahora estamos en una posición excelente para responder a las necesidades de nuestros clientes". TravelTainment-The Amadeus Leisure Group se centrará en una primera etapa en las carteras de mercados actuales en Alemania, Austria, Suiza, Francia, Holanda, Bélgica, Polonia y Reino Unido. Fuera de Europa también operará en países como Estados Unidos y Canadá.

Esta nueva división de Amadeus realizará una oferta combinada en un soporte comunitario de distribución multimercado y



Director general de Amadeus España.

multicanal para todo tipo de productos de ocio como 'paquetes' alternativos, hoteles, vuelos charter, opciones de 'bajo coste' y cruceros. De esta forma, los clientes tendrán acceso a una base de datos exclusiva de 470 destinos que cubren el 80% de los destinos vacacionales del mundo, como informan desde Amadeus.

Para el CEO de TravelTainment-The Amadeus Leisure Group, Ralf Usbeck, "esta nueva unidad de negocio es una evolución muy estimulante en la estrategia de ocio de Amadeus". "Con esta reorganización podemos concentrar los esfuerzos y la excelencia técnica de Amadeus y TravelTainment en la gran oportunidad que representa el complejo mercado de viajes vacacionales". Idea que subraya Wheeler, al destacar que "podemos ayudar al cliente a afrontar los nuevos retos que plantea la venta de productos de ocio complejos desde el terminal de la agencia de viajes y en Internet".

Dallas-Fort Worth nuevos destinos de KLM y Northwest Airlines
cientos de conexiones en el sur de Estados Unidos

KLM nwa

TurNexo Valencia permitió a cerca de 200 agentes conocer la oferta de sus proveedores

El Hotel Ayre Astoria Palace de Valencia acogió a los participantes del Salón TurNexo el pasado 10 de abril

TurNexo Valencia, celebrado el pasado 10 de abril, ha permitido a los proveedores del Sector Turístico mostrar sus productos para este verano ante cerca de dos centenares de profesionales.

El Salón del Grupo NEXO fue inaugurado por el presidente de AEDAVE Comunidad Valenciana y vicepresidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Industria, Comercio y Nave-

gación de Valencia, Vicente Blasco. El éxito del Salón son las conversaciones que representantes de proveedores y agentes pudieron mantener para comercializar bien su producto.



El presidente y vicepresidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas de la Comunidad Valenciana (AEDAVE) y vicepresidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Industria, Comercio y Navegación de Valencia, Vicente Blasco, ha sido el encargado de cortar la cinta inaugural en esta nueva edición del Salón TurNexo de Valencia representando al Turismo Valenciano, junto a él los propietarios del Grupo Nexo.



En torno a los 200 agentes de viajes visitaron el Salón TurNexo celebrado en Valencia, para conocer las propuestas y novedades de sus diferentes proveedores para esta temporada de verano. El Grupo Nexo, organizador del Salón, se encargó de entregar personalmente las acreditaciones a los visitantes profesionales, inscritos previamente por Internet a través del 'portal' de los Salones TurNexo www.turnexo.es.



Cerca de dos centenares de agentes valencianos volvieron a asegurar el éxito de asistencia de profesionales al Salón, celebrado el jueves 10 de abril en el Hotel Ayre Astoria Palace.



Como en otras ediciones, los asistentes al TurNexo Valencia visitaron los *stand*, entre los que se encontraban nuevos participantes como Lufthansa, muy interesada por el mercado valenciano.



Los agentes de viajes se interesaron por las novedades y ofertas que estarán disponibles para este verano. Las oficinas de Turismo, como la británica, también presentaron sus propuestas en el Salón.



TurNexo Valencia se caracterizó por una fuerte actividad entre expositores y visitantes, que ha permitido a muchos visitantes obtener nuevos contactos profesional en el Sector Turístico.



Los representantes del Grupo Europa Viajes, entre ellos el presidente, José Santana, hacen una valoración 'positiva' del Salón, tras la finalización de la última edición donde se reunieron.



Al igual que en ediciones anteriores, los agentes de viajes asistentes utilizaron el cóctel como su punto de encuentro, al tiempo que visitaban los *stands* de los expositores del Salón.

Disneyland 15
Resort Paris

Oferta Especial para Agentes de Viajes



Completa primero el programa y luego disfruta de 2 noches de alojamiento en Disneyland Resort Paris y 2 días de entradas a los 2 Parques Disney

por tan sólo **125€*** por persona

y **75€*** por persona adicional
(adulto o niño de 3 a 11 años)

¡Para llegadas el 11,12,13,14 ó 25 de mayo de 2008!

¡Regístrate ya!

en www.disneystars.com

Además, durante tu estancia podrás vivir una noche salvaje en el Lejano Oeste asistiendo a la cena-espectáculo "Buffalo Bill's Wild West Show" por 25€* adicionales por persona

Para más información, reservas y condiciones llama al 00 33 1 60 30 60 46

DisneyStars®
training programme

Oferta válida únicamente para Agentes de Viaje que hayan completado el programa Disney Stars a partir del 21/03/08.

Oferta sujeta a disponibilidad. Plazas limitadas.

Consumidores y agentes rechazan el oligopolio de Iberia porque amenaza la liberalización del aéreo doméstico

Consumidores y agentes de viajes, contra el oligopolio aéreo. La estrategia del Grupo Iberia de "comprar a la competencia" (Vueling, Spanair...)

es vista con creciente preocupación. La mesa redonda del Salón TurNexoMadrid (que continúa este martes en TurNexoCatalunya). pone de re-

lieve el "peligro de dar al traste con la liberalización del tráfico aéreo doméstico, si el nuevo oligopolio de Iberia se convierte en realidad".

Los presidentes de las dos grandes Organizaciones empresariales del Sector, FEAAV y CEAVyT, coinciden en "rechazar de plano" la estrategia de Iberia de fusionar con Vueling su filial de 'bajo coste' y la pretendida adquisición de Spanair al Grupo SAS. "Los intereses de agentes y consumidores son los mismos", afirma Jesús Martínez Millán, "ya que los agentes asesoramos al cliente y, desde la pérdida de la comisión, no trabajamos para Iberia". AEDAVE propugna "lograr que los órganos de Competencia y la sociedad española impidan el oligopolio aéreo", en palabras de José Manuel Maciñeiras, "puesto que la tendencia de los grandes siempre es abusar de su posición de dominio".

Las principales Organizaciones de consumidores y usuarios —que han participado activamente en el encuentro— aseguran que "el proceso de concentración del transporte aéreo en España supondrá una reducción de la oferta y el incremento de tarifas", según el vaticinio de la presidenta de la Confederación de Usuarios y Consumidores (CECU), María Rodríguez: "Perjudicará al consumidor y no mejorará el servicio",

según la CECU, cuya presidenta enuncia los derechos del pasajero, entre los que destaca el de obtener "tarifas razonables y justas en todos los servicios ofertados", aspecto que sería cuestionado por el actual proceso de concentración.

"Agencias y consumidores se necesitan", en palabras del secretario general de Confederación de Usuarios Independientes (FUCI), Gustavo Zamalloa, ante "una concentración que limita las opciones de los consumidores, ya que les impedirá escoger alternativas".

¿Qué hará Competencia?

"Tenemos la esperanza de que el Servicio de Competencia del Ministerio de Economía y el Tribunal de Defensa de la Competencia no permita semejante barbaridad", proclamó el gerente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), Ruperto Donat, quien denunció que, "en realidad, la libre competencia en el aéreo doméstico afecta sólo a Madrid, ya que el resto de los españoles depende de la red de Iberia, que actúa como un oligopolio *de facto*".

Menos optimista se muestra el portavoz de ASGECO: "Nos vemos

abocados al oligopolio aéreo", asegura el director jurídico de la Asociación General de Consumidores (ASGECO), Francisco Ferrer, quien lamenta "no compartir el optimismo respecto a que el Tribunal de la Competencia impida la concentración que pretende Iberia", manifestando que "el papel de Aviación Civil deja también mucho que desear en este asunto".

"Todas las empresas tienen vocación monopolística, pero el deber de las autoridades es velar por que no consigan su propósito", sentencia el presidente del Grupo AIRMET, Juan José Oliván, quien invoca la "necesidad de tener un contrapoder frente a Iberia, que pasa por lograr una voz, única y fuerte, de agentes y consumidores frente a Administraciones y opinión Pública". AEDAVE se expresa también la "necesidad de actuar coordinadamente como *lobby* frente a las enormes presiones de Iberia".

El portavoz de los turoperadores acusa a Fomento de "proteccionista con el transporte aéreo y condescendiente con aberraciones del mercado como la que propugna Iberia". Al final, dice Donat, "el cliente es quien pagará el oligopolio", por lo que pide



Los presidentes de AEDAVE y FEAAV, José Manuel Maciñeiras y Jesús Martínez Millán, flanquean al director de NEXOTUR, que moderó el debate, junto a la presidenta de CECU, el presidente de AIRMET y el director jurídico de ASGECO, entre otros representantes de usuarios y agentes.

"unidad de acción de usuarios y agentes frente al Grupo Iberia".

"Los pasajeros pagarán claro el cuasi monopolio de Iberia en las rutas de su filial Clickair fusionadas con Vueling, y más aún si se hace con Spanair", asegura el gerente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Ramón Buendía. En lo que coincide el Grupo Europa, ya que "la fusión va en perjuicio de consumidores y agentes", apunta Francisco Caballos. Mien-

tras el Grupo Cybas advierte que "Iberia pretende también eliminar a AirComet, para acaparar las rutas con Iberoamérica", según el director de relaciones con las compañías aéreas de Cybas, Jesús Llagüe.

La conclusión se sintetiza en una frase: "la tan cacareada liberalización del transporte aéreo en España puede dejar de existir", según el presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), José A. Carrasco.

Éxito de asistencia de TurNexoMadrid para conocer la oferta de proveedores para la temporada de verano

TurNexoMadrid celebra su 16ª edición con la presencia de los principales proveedores del Sector

Los presidentes de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), Jesús Martínez Millán, y de la Confederación de Empresarial de Agencias

de Viajes Españolas y Turoperadores (CEAVyT), José Manuel Maciñeiras, han inaugurado al alimón el Salón TurNexo Madrid. Centenares de agentes de viajes han parti-

cipado activamente en la 16ª edición del Salón Profesional, en su octavo año, recorriendo todos los *stands* de una veintena de proveedores seleccionados como expositores.



Los líderes del Sector, acompañados de los máximos representantes de Grupos comerciales y Asociaciones de consumidores, proceden al corte de la cinta inaugural del Salón Profesional.



Los agentes de viajes recorren todos los *stands* para conocer las últimas novedades de los proveedores y sellar el ya tradicional *pasaporte*, con el que obtienen un reloj como obsequio.



Como es característico en el Salón TurNexoMadrid, los agentes de viajes asistentes utilizaron el cóctel como punto de encuentro, en el que familiarizarse con la oferta para el verano.



Tras haber visitado todos los expositores y haber completado el Pasaporte TurNexo, los agentes de viajes pasan a recoger el reloj Junghans con el que les obsequia el Grupo NEXO.

Most r a d o r



Terraza y piscina de The Residence en isla Mauricio.

The Residence celebra la ruta directa de Madrid a Mauricio

El Hotel The Residence de la isla Mauricio quiere celebrar el inicio del vuelo directo entre Madrid y Mauricio con dos ofertas muy especiales. En la propuesta para la luna de miel, el establecimiento regala la estancia y el desayuno de la novia. La oferta es válida todo el año en habitaciones con vistas al mar (ex-

cepto desde el 20 de diciembre al 6 de enero) y en habitaciones vista jardín del 16 de junio al 30 de septiembre. La otra oferta es para familias, en la que los niños se alojan gratis en media pensión. La promoción es válida para un máximo de dos niños de entre tres y 15 años. .

✉ www.theresidence.com

Spanair se refuerza en Valencia, Alicante y Jerez

Spanair está realizando una fuerte apuesta de cara al verano por Valencia, Alicante y Jerez de la Frontera. Por esta razón, es ésta última, la aerolínea va a abrir nuevas rutas a Tenerife Sur y Gran Canaria (operarán los jueves) y va a aumentar las frecuencias con Madrid y Bilbao.

Respecto a Valencia y Alicante, Spanair también aumenta sus rutas. La aerolínea va a ser la única que opere un vuelo directo Alicante-Lanzarote a partir de junio y hasta final de temporada (todos los martes y algunos jueves). Amplía además en dos las frecuencias ente el aeropuerto alicantino y Tenerife Sur y mantiene la frecuencia semanal operada en invierno en-



Spanair aumenta frecuencias.

tre Alicante y Gran Canaria. En Valencia incrementa las frecuencias con Madrid y a Barcelona. La misma operación realiza con los vuelos a Tenerife Sur, Gran Canaria, Lanzarote y Munich.

✉ www.spanair.es

Disneyland Resort Paris inaugura nuevas atracciones 'terroríficas'

Disneyland Resort Paris continúa con sus celebraciones por el 15 aniversario. Así, el parque parisino acaba de inaugurar una nueva atracción que viene a sumarse al extenso programa de entretenimiento que posee: The Twilight Zone, Tower of Terror.

Stitch fue el maestro de ceremonias en su inauguración, a través de un interactivo encuentro que, utilizando la última tecnología en proyecciones digitales, fuegos artificiales y efectos audiovisuales. Así, descubrió la auténtica cara de la atracción "más impresionante y terrorífica" del complejo, el Hollywood Hotel.

Un siniestro edificio, que está inspirado en la serie de los años 60 'En los límites de la Realidad', cuenta la historia de la desaparición de los invitados a la inaugu-



La nueva atracción de Disneyland Resort Paris, la Torre del Terror.

ración del conocido hotel tras precipitarse al vacío un ascensor desde el piso número 13.

Los amenazantes 13 pisos de la atracción más alta del parque, invitan a los visitantes a dejar atrás la realidad y adentrarse en el impresionante Hollywood

Tower Hotel. La escalofriante experiencia acaba con una caída libre de 13 pisos que se ha convertido en una de las atracciones Disney más populares del mundo como ocurre en Orlando, California y Tokio.

✉ www.disneylandparis.com



Piscina del Gran Hotel Sóller, con unas vistas espectaculares.

El Gran Hotel Sóller ofrece un 'paquete' de dos noches Luxury

El Gran Hotel Sóller, un cinco estrellas de 38 habitaciones ubicado en la Costa Norte de Mallorca, ha lanzado el 'paquete' Luxury, para disfrutar de la isla en un Porsche Cayenne o en un Boxter o llevado por un chófer en un Rolls Royce. La oferta es de dos noches de alo-

jamiento en la *suite* imperial (90m²) por 1.450 euros por persona (IVA no incluido). Incluye cena romántica con menú degustación en el restaurante Can Blau, acceso al *spa*, alquiler del coche o paseo de cuatro horas en el Rolls Royce.

✉ www.granhotelsoller.com

American Airlines estrena ruta directa desde Barcelona

American Airlines está de estreno con el inicio de operaciones de su nueva ruta directa entre Barcelona y Nueva York. A partir del próximo 25 de abril, el nuevo vuelo de El Prat al Aeropuerto Internacional de Nueva York, JFK, será diario y sin escalas. Como explica la aerolínea, este nuevo servicio entre España y EE UU se quiere sumar al éxito del vuelo Madrid-Miami. El vuelo utilizará aviones Boeing 767-300. Este modelo cuenta con dos clases, Business y Turista, y cuenta con un total de 221 plazas. Del total, 30 son Business y están diseñadas especialmente para ofrecer la máxima comodidad, flexibilidad y privacidad al pasajero.

✉ www.americanairlines.es

¡Vuela todo incluido y paga menos!

La airberlin Counter Card - ¡Te premia!

- ➔ Con 10.000 € mín. anuales en volumen de ventas de tu agencia, tú y un acompañante disfrutaréis de un 50 % de descuento en vuelos para el próximo año.
- ➔ Con 50.000 € mín. anuales en volumen de ventas, volarás gratis el próximo año con la Counter Card Advanced.
- ➔ ¡Y muchas más ventajas!

Más información en agencias@airberlin.com
Tfno.: 971 44 86 86
<http://partner.airberlin.com>



■ Club NEXOTUR

Worldhotels ofrece un 50% de descuento sobre su tarifa oficial

La cadena hotelera Worldhotels ofrece descuentos de hasta el 50% sobre su tarifa oficial en más

de 300 hoteles repartidos por todas las partes del planeta. Esta promoción especial, destinada a aquellos

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 24**

miembros del Club NEXOTUR, es válida todos los días del año excepto en celebraciones de ferias y congresos. Para ampliar la información sobre la oferta llamar al número de teléfono 900 99 49 54.

■ Fam Trip



Agentes de viajes durante su visita a la Región de Murcia.

Agentes madrileños se acercan a Murcia

La Región de Murcia presenta una variada oferta turística. Además de contar con espectaculares playas, Murcia también es conocida por su oferta de Turismo etnológico, monumental y cultural. Con el objetivo de promocionar los encantos de la región en el territorio nacional, Viajes Mundo Amigo ha organizado un viaje de familiarización destinado a los agentes de viajes madrileños, los cuales han hecho un recorrido por diferentes localidades.

¡Felicidades! Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

‡ 21 de abril

Mikes Jauregui, V. Artaza, Vitoria; Fernando López, V. Zanzibar, Zaragoza; Jacob Cohen, Touráfrica, Algeciras; Julia Escibá, V. Intermare, Almansa; Santiago Paz, V. Hemisferios, Lugo; María Arnedillo, V. Arnedillo, Bilbao; Paloma Moranchel, V. Moranchel, Madrid; Rosa M^a García, V. Massai, Gijón; José Ignacio Eusebio, V. Lunatours, Madrid; Isabel Rodríguez, V. Belteguese, Madrid; Montse Roige, Viatges Massai, Lleida; Jordi Vidaña, Viatges Avui, Terrassa; Eva Suárez, V. ITC, Madrid; Weili Chen, V. Gran China, Madrid; Ana Fernández, V. El Corte Inglés, Barcelona.

‡ 22 de abril

Umberto Zacche, V. Monsol, Laguna de Duero; Ángel Martín, V. Benamar, Torremolinos; Elisa López, V. Juan Rico, Stgo. Compostela; Juan Pedro Llanes, Mencey, La Laguna; Silvia Fuentes, V. Axta, Bilbao; Francisco Consuegra, Expansión Travel, Madrid.

‡ 23 de abril

Diego Bermúdez, Flandria Internacional Travel, Torremolinos; Paqui Hernández, V. Álamo,

Salamanca; José M^a López, V. Ecuador, Madrid; M^a del Mar, V. Sierra Mar, Colmenar Viejo (Madrid); Geobel Miró, V. Iberia, Alcoy (Alicante); Pilar Costa, Otero V., Villagarcía de Arosa (Pontevedra); Montserrat Wehbe, V. Best-Travel, La Laguna (Tenerife); Enrique Díaz, V. R.B. Travel, Madrid; Pilar González, V. Galicia Express, Pontevedra; M^a Flor García, V. Pérezagua, Mora (Toledo); Álvaro Corona, V. Sherry Tours, Jerez de la Frontera; Silvia Sánchez, V. Anibal Tours, Badajoz; Jon Vergara, V. Halcón, Bilbao (Vizcaya).

‡ 24 de abril

George Van Pachterbeke, Sunsea Travel, Benidorm (Alicante); Carmen León, V. Halcón, Calahorra (Calahorra); M^a Jesús Delgado, V. Chus Delgado, Salamanca; Beatriz Vilar, V. Auria, Ourense; Fernando Seguí, V. Altretur, Castellón; Lidia Godoy, V. Paukner, Las Palmas de G. Canaria; Mar Rodríguez, V. Marsans, Merida; Paula Sandoval, Bives Tour, Vigo (Pontevedra).

‡ 25 de abril

Encarna Castaño, V. 2000, Sevilla; Juan Tur, V. Fenicia,

Palma de Mallorca; Julio Álvarez, V. Iberia, Bilbao (Vizcaya); María Traba, V. Alltour, Vigo (Pontevedra); Elisa Villafañe, V. Rai, La Coruña; Francisco Curbelo, La Alegranza, Arrecife-Lanzarote; César Villares-Villares, V. Amado Lugo, Lugo; Mariam Sierra, V. Solis Tour, Mérida; Ángel Gómez, V. Juan Rico, Santiago de Compostela (A Coruña); Ana Ortega, V. Delgado, Baza (Granada).

‡ 26 de abril

Julia Menta, V. Carimundi, Madrid; Marilina Bigorra, Turaguila, Alcorcón (Madrid); Francisco José Sánchez, V. Difrán, Rota (Cádiz); Beatriz Hermida, V. Marsans, Madrid.

‡ 27 de abril

Montse Fidella, V. Albatros, San Sebastián; Aitor Goros Tiaga, V. Izargi, Bilbao (Vizcaya); Montse Casas, V. Canigo, Girona; Montse Filella, V. Eroski, Ansoain (Guipúzcoa); Valle Mosquera, V. Solymar Peninsular, Toledo; Fernando de Blas, V. Amadis Express, Madrid; Araceli Raya, V. Marsans, Arcos de la Frontera (Cádiz); Marisa Fernández, V. Nit, Valencia.

La información profesional no es un juego de niños

NEXOTUR ofrece, cada semana, la información más útil, rigurosa y comprometida con el Sector. Sin rumores, ni vida social o datos sin contrastar. Un instrumento de trabajo al servicio del agente de viajes emisor y en defensa de sus intereses.

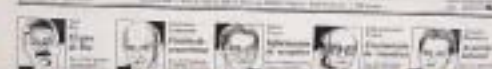
Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

NEXOTUR



De Profesional a Profesional

Grandi Navi Veloci incorpora a su flota la M/N Tenacia para la línea Barcelona-Génova

GNV ha transportado 100.000 pasajeros en 2007 en las líneas que conectan Barcelona

La M/N Tenacia de Grimaldi Holdins, nueva nave de la flota Grandi Navi Veloci, cubrirá la línea diaria que une Barcelona con Génova. Tras la incorporación de la M/N Coraggio y la M/N Audacia el año pasado, Grandi Navi Veloci se consolida en el segmento de los llamados *ferry-cruise* —naves especializadas en el transporte de carga, pero que a su vez cuentan con un equipamiento de la más alta gama para el transporte de pasajeros—.

La inversión de la naviera italiana ha dado sus frutos. En el segmento de pasajeros en las rutas desde Barcelona, Grandi Navi Veloci ha transportado un total de 100.000 viajeros y 15.000 automóviles particulares. La mayoría de estos pasajeros han sido turistas, grupos, minicruceros, reuniones de empresa y Turismo escolar. Finalmente, también es destacable la gran demanda del *camping on board*, que con cerca de 30 plazas ofrece una forma diferente de viajar a bordo de uno de sus *ferrys*. Además, a las 14 salidas semanales entre Italia y España, hay que sumar las travesías, es-

trenadas hace apenas seis meses, entre la ciudad condal y Tánger.

En cuanto al transporte de mercancías, en la línea Génova-Barcelona, Grandi Navi Veloci ha transportado en 2007 más de 900.000 metros lineales de carga —un 15% más que en 2006—. Este importan-

te incremento ha venido acompañado de un considerable ahorro de gasolina del 35%, aspecto a destacar debido al constante aumento del precio del barril de crudo, que ha llegado a superar el precio histórico de 100 dólares.

✉ www.gnv.it



La M/N Tenacia cubrirá la ruta que une Génova con la ciudad condal.



Iberia ofrecerá vuelos a Dubrovnik.

Iberia incrementa los vuelos entre la capital y New York

Iberia ha incrementado los vuelos que conectan Madrid con la ciudad de Nueva York. De este modo, la compañía aérea presidida por Fernando Conte pasa de ofertar entre tres y cuatro vuelos semanales a un vuelo diario de ida y otro de vuelta. El trayecto, de aproximadamente ocho horas de duración, será cubierto por el Airbus A340, uno de los aviones más modernos de la industria, con capacidad para 260 o 352 pasajeros. En el pasado ejercicio Iberia transportó un total de 340.000 pasajeros en esta línea, mientras que el factor de ocupación se situó en el 85%, cifra similar a la del resto de destinos norteamericanos.

Por otra parte, una de las principales novedades de cara a la temporada veraniega son los vuelos a Dubrovnik. Del 7 junio al 12 de octubre, Iberia unirá la capital de España con el que se considera el mayor enclave turístico de Croacia. Para los meses de junio y octubre, al aerolínea ha programado dos vuelos a la semana, mientras que en julio, agosto y septiembre se ampliarán a tres.

✉ www.iberia.com

Riu Palace Hotels

Poder relajarse en un lugar de ensueño, junto al mar, mientras disfruta del servicio más exclusivo es la esencia de un Riu Palace. Un paraíso de luz y relax situado en primera línea de mar donde podrá gozar de todo cuanto desee: restaurantes temáticos, espléndidas piscinas, playas únicas...

Un auténtico placer para usted y sus sentidos, para que se sienta como un auténtico rey.

Usted siempre ha querido que le cuiden como un rey.



www.riu.com

MALLORCA • FORMENTERA • ISLAS CANARIAS • ANDALUCÍA
ALGARVE • MADEIRA • MÉJICO • REPÚBLICA DOMINICANA • JAMAICA
FLORIDA • BAHAMAS • ARUBA • TÚNEZ • CHIPRE • BULGARIA
MARRUECOS • CROACIA • CABO VERDE • MALTA

RIU
Hotels & Resorts

Déjese mimar

Hot el er ia

‘Información, globalización y tecnología’ los tres grandes retos de futuro de la hotelería

La integración de tecnologías móviles va a convertirse en un elemento ‘indispensable’, según Amadeus

El sector hotelero experimenta un cambio "sin precedentes" y "seguirá transformándose", según un sondeo realizado por la com-

pañía tecnológica Amadeus. En él recuerda que las modificaciones en los clientes, las tecnologías aplicadas y los cambios del mer-

cado, "marcarán" la competitividad de la hotelería en los próximos años, por lo que se convertirán en sus retos de futuro.

Con objeto de "crear las herramientas adecuadas que mejoren la competitividad del sector", el operador Amadeus acaba de publicar la encuesta 'A blueprint for the future of the hospitality industry' (Trazos para el Futuro del Sector Hotelero), en el que identifica los tres grandes retos a los que se enfrentará el sector en los próximos años: clientes, tecnología y nuevos mercados.

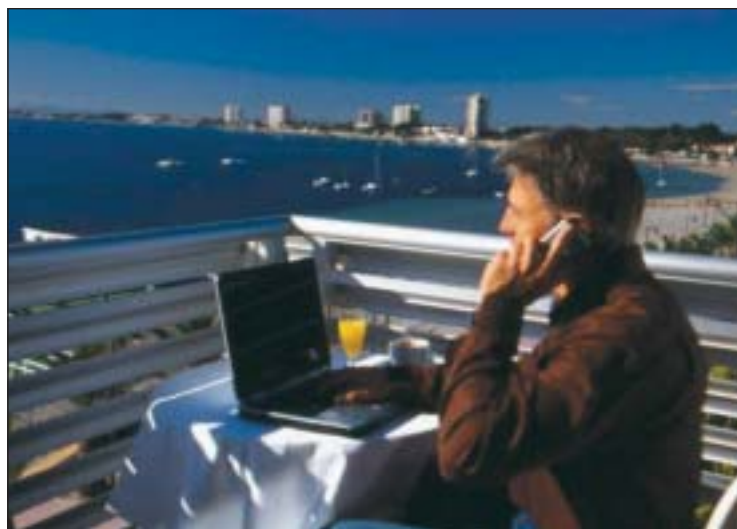
La globalización, en el sentido de nuevos mercados para la inversión es una de las claves. Mercados emergentes como Rusia, India, China o los países del Golfo, proporcionan "grandes oportunidades" aunque "teniendo en cuenta" la heterogeneidad de cada mercado explican desde Amadeus. Pese a estas diferencias, sin embargo, la encuesta pone de manifiesto la necesidad de que el hotel cuente con una "marca íntegra" en la que se ofrezca un servicio homogéneo a nivel mundial, al tiempo que se "atienden las culturas y sensibilidades locales".

Por el lado de los clientes, el estudio —que recoge la opinión

de directivos hoteleros a nivel mundial— destaca un perfil de viajero que demanda "experiencias" basadas en sus propias necesidades. Las opiniones del huésped pueden llegar a pesar tanto que "pueden sacar a la luz la realidad de una marca hotelera". Ahora, los hoteles se enfrentan al "desafío" de mantener sus estándares de calidad, pero también a la satisfacción de unas expectativas que, de no lograrse, pueden afectar a la imagen de marca en un escenario donde el acceso a la información y la transferencia de opinión han alcanzado niveles globales.

Canales ‘móviles’

La aplicación de la tecnología en buena parte de los ámbitos del sector es el tercer 'pilar' a tener en cuenta, según la encuesta realizada por Amadeus. A medida que crece la complejidad de la distribución, del contenido y de los diversos canales, "garantizar su integración interna y externa" es una prioridad para los hoteleros.



Huesped en la terraza del Hotel Neptune de Best Western.

Cada vez se cuenta con un volumen de datos mayor que es necesario almacenar y organizar para extraer el máximo de beneficio a esa información, en términos de 'rentabilidad' para el hotel.

Al mismo tiempo, el uso de los dispositivos móviles para reservar, que aún se encuentra en sus comienzos, va a ser determinante.

Según Amadeus, las plataformas tecnológicas de los establecimientos y también las externas, deberán permitir que el usuario pueda acceder a través de nuevos mecanismos que integrarán teléfono móvil, ordenadores portátiles y PDA en una sola herramienta, de forma que aumenten su interacción con los establecimientos.

El presidente de FEHT considera que Canarias debe ‘renovar oferta’

El representante de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile, considera que las declaraciones del presidente regional del PP en Canarias, José Manuel Soria, son "excesivas" y ha manifestado que el objetivo debe ser "arreglar la planta alojativa" y "actualizar los servicios". Soria señaló también en una intervención en la sede de la Presidencia del Gobierno que la conocida como ley de la moratoria no ha dado los resultados esperados ya que desde que se aprobó en 2003 se han construido 50.000 camas turísticas. En esta misma línea se ha manifestado el representante de los hoteleros de Las Palmas, quien ha asegurado que la ley ha tenido "unos resultados muy malos" pese a que se trataba de "una ley consensuada".

Para Fraile, el objetivo de esta medida era "parar la nueva planta hotelera", mientras se desarrollaban otras acciones como "la búsqueda de otros mercados" pero el problema estuvo en que el contenido de la ley se hizo público "con tanta antelación antes de que entrara en vigor" que se pidieron muchas licencias, con lo cual "aumentó la oferta".

Otra de las consecuencias, según el presidente de la FEHT, es que se ha privado al sector de "proyectos que podían haber sido interesantes" porque "no ha habido calma". "No se ha frenado la construcción de nuevas camas y muchas de las que se han hecho no eran las que creíamos las más adecuadas".

Por otro lado, Soria defendió en su intervención la necesidad de mejorar la calidad de la planta alojativa del archipiélago para poder seguir compitiendo con otros destinos, ya que "a menos de 100 millas nos encontramos con una planta hotelera de gran calidad" con la que algunos de los hoteles canarios "no pueden competir". En este sentido, Fernando Fraile ha afirmado que la idea debe ser la de diseñar "una oferta amplia de calidad para todos los clientes", que no consista solamente en "hoteles de cinco estrellas".

Por último, Fraile ha negado que la desaceleración económica esté afectando al sector y ha manifestado que hasta el momento los resultados en la isla "están siendo mejores que el año pasado", con una Semana Santa que ha sido "magnífica" y unas previsiones de ocupación "buenas" para el verano.

El Turismo residencial en la costa alicantina es ‘poco dinámico’

Los agentes involucrados en el Sector Turístico de Alicante consideran que una de las medidas necesarias para mejorar los resultados es desarrollar "una planta hotelera adecuada" para reducir la estacionalidad, ya que la actual "es muy débil y de poca categoría", según un informe de la Universidad de Alicante, que engloba a Santa Pola, Guardamar del Segura y Torreveja. En él, se ha hecho "un estudio exploratorio de las percepciones de los residentes sobre el impacto social, cultural y económico del Turismo" mediante "una serie de preguntas abiertas a los principales agentes sociales de la zona" como concejales, directores de hotel o asociaciones de hoteleros.

La principal conclusión del estudio es que el modelo de Turismo residencial que se ha desarrollado es un modelo "muy poco dinámico" que repercute "negativamente" en la hostelería y en el comercio de la zona, "todo lo contrario de lo que sucede cuando se cuenta con una planta hotelera potente". "Nunca se han sabido poner las condiciones adecuadas para atraer a grandes inversores hoteleros que generen con sus establecimientos un mayor flujo de turistas durante el

año, con unas actitudes mucho más dinámicas y mayor capacidad de gasto", añade el informe.

Las personas consultadas prueban que hay una "carencia manifiesta de todo tipo de infraestructuras urbanísticas", sobre todo al equipararlas "con el crecimiento urbano y poblacional al que se ha llegado en estos municipios". Según el informe, las críticas "afectan también a los políticos y técnicos municipales" cuando afirman que el turista en la sociedad actual "está mucho mejor informado" y que no es suficiente "con tener buena voluntad", sino que hay que contar "con la colaboración de profesionales expertos en materia turística".

El informe muestra un descontento ante "la falta de atención que se ha tenido, por parte de los responsables de la gestión política, en la creación de infraestructuras de ocio, básicas para el Sector Turístico". Así, se ha provocado una situación en la que los visitantes "no pueden disponer de un variado abanico de actividades en las que ocupar su tiempo de ocio", que les obliga a "trasladarse a otros municipios vecinos en busca de entretenimiento, desviando así los gastos en ocio".

■ Producto

Transhotel incorpora 260 establecimientos en los últimos tres meses

En los tres primeros meses del año, Transhotel ha incorporado a su plataforma *online* de reservas TORSistema 260 hoteles en España. Entre los nuevos establecimientos figuran 13 de cinco estrellas y 83 de cuatro y cuatro estrellas superior. Además, 71 de ellos están en las islas Baleares. De las nuevas incorporaciones destacan hoteles de las cadenas Starwood, Intercontinental, Hospes, Room Mate, Barceló, NH, Vincci, Ayre y Mac.

Keytel cuenta con 11 hoteles más asociados a su red durante marzo

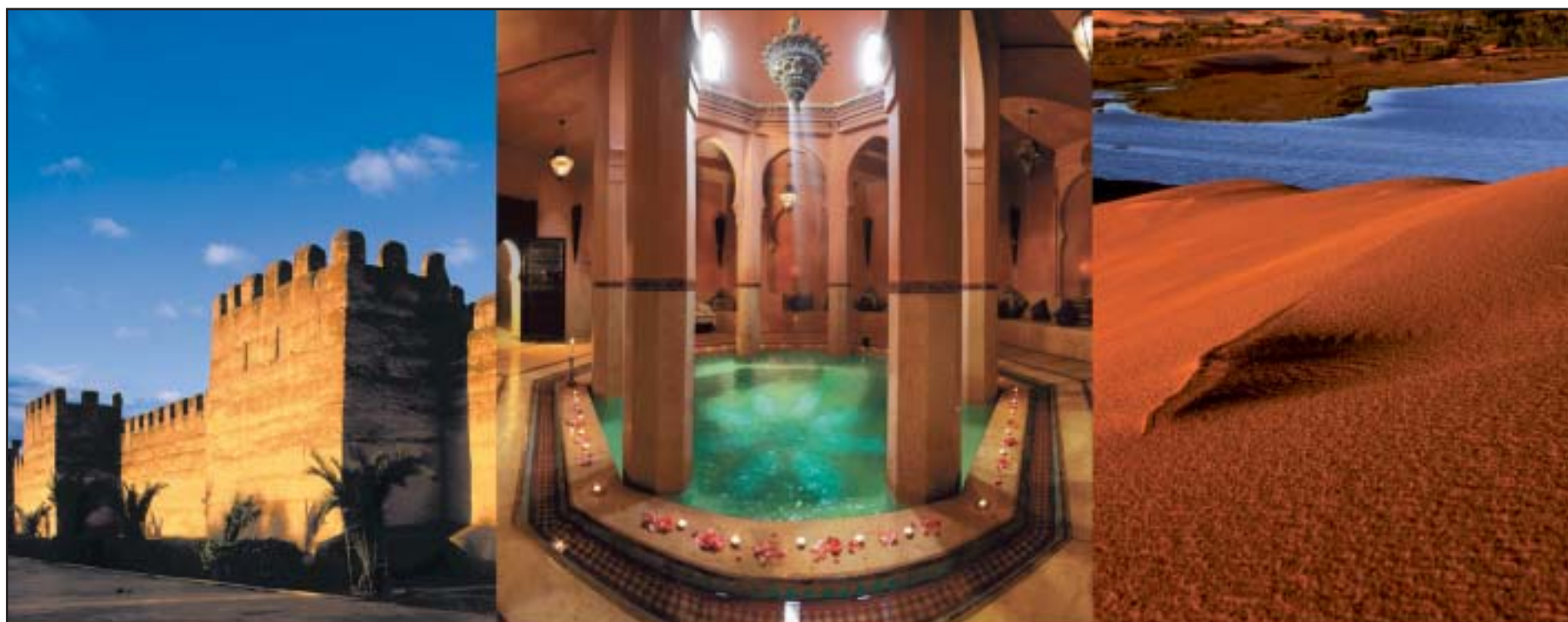
Durante el mes de marzo, Keytel ha incorporado 11 hoteles más asociados a su red nacional e internacional. De esta forma, el representante hotelero alcanza un portafolio de más de 1.500 establecimientos en 52 países. De las 11 incorporaciones, seis se produjeron a nivel internacional —dos en Argentina y una en Marruecos, Italia, Alemania y Portugal—. Los españoles han sido en Salamanca, Toledo y Las Palmas, y dos en Barcelona.

Durante 2007, 177 hoteles se sumaron a la cartera de la cadena Best Western

Best Western incorporó en 2007 un total de 177 establecimientos, de los que 83 están ubicado en Europa, donde la compañía "ha consolidado su supremacía", indica la cadena. Así, un total de 1.331 hoteles independientes europeos están integrados en Best Western. En España el año pasado se incorporaron tres hoteles en la Línea de la Concepción (Cádiz), en Lugo y en Lo Pagán (Murcia).

Apsis integra un nuevo hotel de cuatro estrellas en Santa Coloma de Farnés

La cadena Apsis Hoteles ha incorporado recientemente el hotel Mas Solà, un cuatro estrellas situado en Santa Coloma de Farnés (Gerona). Este establecimiento, que nació como una masía típica del siglo XVI, cuenta con 78 habitaciones, varias salas de reuniones con capacidad de hasta 350 personas, piscina, pistas de tenis, campo de fútbol de hierba artificial y otras instalaciones deportivas.



Hazte socio del programa EXPERTOS EN MARRUECOS

conviértete en un verdadero experto
te damos la información que necesitas para conocer
Marruecos y te mantenemos al día a través de nuestra
web de formación E-learning.

Aumenta las visitas a tu agencia
Añade tu nombre a la lista de proveedores especializados
y aprovecha una campaña de comunicación a nivel
nacional.

Decora tu agencia con los colores de Marruecos
Hemos creado especialmente para esta promoción un kit
de originales materiales de publicidad en punto de venta.

Gana fantásticos regalos
solo tienes que participar en nuestro reto para conseguir
premios excepcionales.

sé uno de nuestros socios vip
Recibirás invitaciones personalizadas para todos
nuestros eventos y veladas especiales.

inscríbete ya en:
www.expertosenmarruecos.com



Oficina Nacional Marroquí de Turismo

Zaragoza experimenta un 'potencial' crecimiento de la demanda con escasez de ocio

Las grandes cadenas propician su evolución hacia un mercado 'competitivo y profesionalizado'

La ciudad del Ebro va camino de convertirse en un destino de "primer nivel", como ya pronosticara el presidente de sus hoteleros a este

periódico. El 'efecto llamada' de la Expo, la mejora de infraestructuras y el despegue, a partir de 2006, de la demanda, auguran un

éxito que, sin embargo, puede verse "lastrado por la limitada oferta de ocio", según un análisis realizado por la consultora Irea.

La posición estratégica de Zaragoza—entre los ejes Madrid, Barcelona y Bilbao—, la inversión en nuevas infraestructuras (AVE y terminal aérea) y la repercusión de la próxima Exposición Internacional, que prevé atraer más de seis millones de visitantes en tres meses, sitúan a la ciudad en uno de los escenarios más propicios para colocarse a la vanguardia del sector en España.

Según el análisis elaborado por Elena Garcés, de la consultora Irea, la capital aragonesa se posiciona también como "uno de los *city breaks* más sorprendentes del panorama turístico español", que se añade a su capacidad para albergar eventos corporativos y reuniones. En este sentido, de cara a su capacidad hotelera, Zaragoza contaba

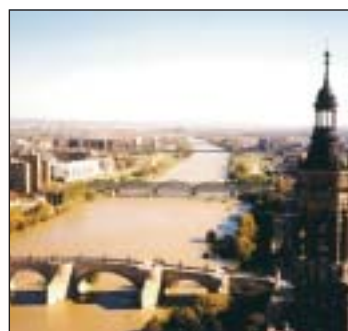
en septiembre pasado con 48 hoteles—la mayoría en el casco urbano— y más de 7.600 plazas, a las que se sumarán las aperturas previstas de Meliá o Silken.

Grandes cadenas

La entrada de grandes cadenas explica también el giro en la oferta que propiciará la "competitividad y creciente profesionalización de su mercado hotelero", según Garcés. Como señala el informe, aunque cadenas como NH, AC, o la propia Meliá ya cuentan con presencia en la ciudad, en Zaragoza priman los establecimientos independientes con "fuerte presencia" de promotores locales y unas tarifas "notablemente ajustadas", en

un 'techo' de ocupación en torno al 60%. Si bien en los cinco años precedentes a 2006 el crecimiento de la demanda de clientes hotelera en la ciudad ha sido "prácticamente nulo", ese año marcó un 'punto de inflexión', tanto en los visitantes como en las pernoctaciones, registrando un aumento del 8%. Un crecimiento que se convertirá en "potencial", apunta la responsable del estudio, debido principalmente a los "esfuerzos promocionales asociados a la Expo", además de los previstos desarrollos residenciales y comerciales.

Desde el lado negativo, precisamente la falta de oferta de ocio puede ocasionar la "imitación en el desarrollo de la ciudad". Según la consultora, "la escasez de atractivos



Más de 7.600 plazas en Zaragoza.

turísticos es una de las principales debilidades" de Zaragoza, ya que supone una "barrera" de entrada para algunos turoperadores que buscarían este tipo de atractivos para sus clientes, más allá del mercado urbano y de reuniones.

Escarrer reclama al Consell de Menorca intensificar la promoción

El presidente de Sol Meliá remite una carta a la consellera Joana Barceló

El empresario hotelero ha expresado, en una carta remitida a la responsable del Consell, su "seria preocupación" por la fase que está atravesando el Turismo en

este destino, que ha registrado un descenso del 10% en las reservas para esta temporada de los dos mercados exteriores más importantes: el británico y el alemán.

El presidente del Grupo Sol Meliá se ha referido, como un caso concreto dentro de este tema, a la decisión de Thomas Cook de retirar los vuelos que operan en la isla por el reajuste "de la oferta y la demanda", según explica el operador. Al mismo tiempo Escarrer señala que la situación de la economía española "provocará un descenso" de este mercado que en los últimos años había compensado el descenso del Turismo exterior.

El empresario hotelero manifiesta que este diagnóstico no es fruto

"de un pesimismo infundado", sino que surge de "una exposición objetiva de la inquietante realidad turística de Menorca actualmente".

Entre las propuestas del hotelero, que han confirmado a este periódico fuentes de la cadena tras la filtración de la misiva a un diario local, destaca la de "aunar esfuerzos" de empresarios y Administración para actuar en materia de promoción en los principales mercados emisores para conseguir "la mayor afluencia posible de visitantes a la isla".

Escarrer considera "imprescindible" una reunión entre la Asociación Hotelera de Menorca y el equipo directivo del Consell para "intensificar la promoción turística" en Reino Unido y Alemania y captar "el mayor número posible de reservas" en otros mercados como el español o el italiano. También pone de manifiesto la "necesidad" de mejorar las conexiones aéreas con los mercados emisores y propone que se den "las máximas facilidades" a las compañías que incluyan Menorca en sus rutas.

El Grupo Husa manifiesta su gran 'preocupación' por el cliente nacional

La cadena quiere apostar por el Turismo de interior en España

El Grupo Husa define el presente ejercicio como un año para la estabilización, tras unos "años de crecimiento". Se preocupa por el posible freno de la de-

manda del cliente nacional y apuesta por el Turismo de interior "que ha despegado un poco más tarde, pero lo está haciendo con mucha fuerza".

El director general del Área de Hoteles del Grupo Husa, José Gaspart ha mostrado su "preocupación" por el posible freno en la demanda del cliente nacional, fruto del alza en el mercado hipotecario ya que, a su juicio, el internacional "sigue viniendo" con fuerza.

José Gaspart asegura que la cadena hotelera no es "fatalista", aunque sí permanece "vigilante" frente al aumento constante de la planta hotelera en España. "Los hoteles se siguen haciendo, por lo que somos más para repartir", afirmó durante la convención que

el Grupo Husa ha celebrado recientemente en Úbeda, Jaén.

Los responsables de más de 70 establecimientos pertenecientes a la cadena se dieron cita en la ciudad andaluza en una convención en la que se abordaron cuestiones como la coyuntura actual de la hotelería española y las previsiones para éste y los próximos años. Para la cadena, tras unos "años de crecimiento", 2008 va a ser un ejercicio para la estabilización, aunque espera igualar o superar los 320 millones que facturó el Grupo durante el pasado año.

Husa recuerda su apuesta por los establecimientos de 'coste moderado', en los que sólo se paga por lo que se consume o utiliza. Gaspart también puso de manifiesto sus proyectos en la hotelería de interior. A juicio del director general del Área de Hoteles del Grupo Husa, el Turismo de interior "ha despegado un poco más tarde, pero lo está haciendo con mucha fuerza". De hecho, la cadena plantea aumentar su presencia en la Provincia jienense, donde Husa cuenta ya con cuatro hoteles, con otros dos alojamientos.

Barceló quiere crecer en Marruecos

Barceló ha cerrado un acuerdo con el banco Attijariwafa Bank para desarrollar cinco proyectos en los próximos tres años, según su director de Expansión, Miguel Barceló. El primer hotel estará situado en Marrakech, aunque la intención es "una pequeña cadena urbana" en las principales ciudades de Marruecos.

La cadena mallorquina cuenta ya con un establecimiento ubicado en Casablanca, por lo que su intención es completar su presencia en el país alauita con otros hoteles en las ciudades de Rabat, Fez y Tánger, una serie de proyectos que pretenden cerrar en un plazo de alrededor de tres años, según el director de Expansión. En el continente africano, la empresa muestra su interés por Egipto, mientras que, en cuanto al desarrollo en otros países, "llevará más tiempo", aunque "hay zonas, como Senegal, que podrían tener algún interés para nosotros".

Desde el pasado año, la hotelería se ha dedicado a potenciar su presencia en Europa, cuando "tradicionalmente mirábamos al Caribe y a Iberoamérica" recuerda Barceló. La apuesta de futuro sigue esta línea, con la intención de adquirir "dos o tres establecimientos más" en varios puntos de Reino Unido, comenzando por Londres, donde no tiene presencia. Respecto a otros países europeos, Barceló apunta al posicionamiento en Alemania, después de firmar una operación en Berlín, abrir un hotel en Colonia y adquirir unos terrenos en Frankfurt. También menciona su "interés" por Italia y pone de manifiesto su expansión a algún país del Este.

■ Producto

El Hotel Comenador ingresa en un club para la promoción

El Hotel Comenador ha ingresado en el Club de Producto Turístico de Salud y Bienestar tras firmar un convenio junto a otros 15 hoteles con la Consejería de Turismo de Castilla-La Mancha. El objetivo de este club de promoción es favorecer la consolidación de la Comunidad como un destino importante dentro del Turismo de salud. Se desarrollarán iniciativas conjuntas de *marketing* y promoción con una inversión de 187.000 euros. Este año se difundirá una guía y se organizarán foros.

El hotel de Iberdrola en Barcelona se destinará finalmente a oficinas

Iberdrola ha paralizado su proyecto para consruir un hotel de lujo en el recinto ferial Gran Vía 2 de Hospitalet de Llobregat, optando por sumar el edificio proyectado a otras tres torres que se destinarán a oficinas. Al principio, la compañía eléctrica había anunciado la construcción de un hotel de 50 metros de altura y 200 habitaciones en lo que será el futuro complejo Porta Firal, que contará con una superficie de 68.000 metros cuadrados y una inversión de 250 millones de euros.

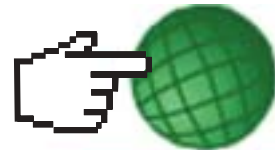
Rafaelhoteles redefine el producto e imagen del Hotel Casanova

La cadena Rafaelhoteles va a renovar el Hotel Casanova de Barcelona, redefiniendo el producto y su imagen. El objetivo es situar el establecimiento "entre uno de los productos más selectos de la ciudad condal", según la cadena. Para ello, quiere adaptar el producto "a un cliente exigente, ávido de experiencias innovadoras en un sector con sobreoferta y fiel a unos servicios de calidad". El nuevo concepto estará basado en el *hip elegant*, exclusividad y confort.

AC Córdoba Palacio, de cinco estrellas gran lujo, abre el 15 de mayo

El presidente de AC Hotels, Antonio Catalán, ha anunciado que el próximo 15 de mayo abrirá el Hotel AC Córdoba Palacio. Este establecimiento de cinco estrellas lujo dispone de 162 habitaciones y cuenta con una fachada cuya estructura exterior cambiará "cuando pasen unos meses y se oxide", señala la cadena. Según estimaciones de Catalán, el hotel "tendrá una ocupación del 70%", dentro de dos años, ya que se convertirá en el establecimiento "de referencia" en la ciudad "por sus instalaciones y modernidad".

Turnexo



Salón Profesional y Online del Agente de Viajes



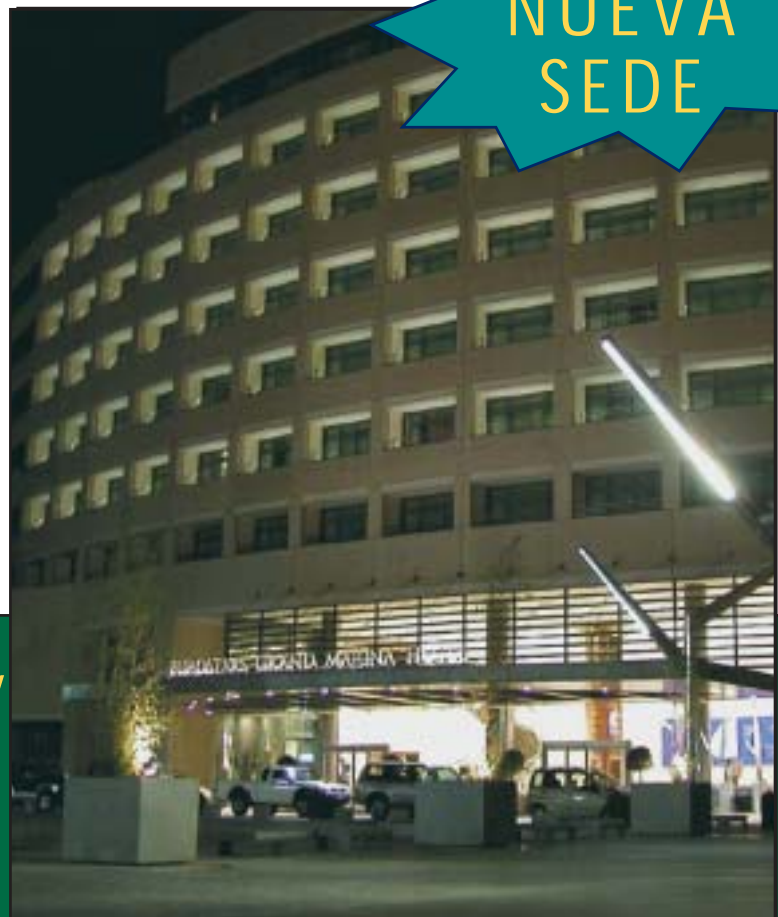
Salón de Verano 2008

Barcelona

Hotel
Gran Marina

World Trade Center

22 *Martes*
Abril



Inscríbete gratis en:

www.turnexo.com

CONVOCA
NEXOTUR

PreInscripción de Agentes y Reservas de Stand en **TurNexo**
Lope de Vega, 13. 28014 Madrid. ☎ 91 369 41 00. Fax 91 369 18 39. E-Mail: turnexo@turnexo.com

ORGANIZADO POR
Nexopublic
CONSULTING

club Nexotur



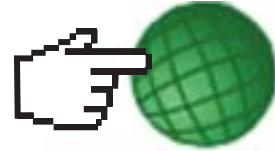
El Club NEXOTUR es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores, 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.	12-10-2006	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 📠 93 668 30 82
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.	31-12-2008	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 📠 913 14 94 90
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.	31-12-2008		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	60 euros/noche a Miembros del Club en el Hotel Sidi San Juan (Alicante).	Habitación doble en A.D..Excepto S.Santa y de junio a septiembre. No incluye IVA. Sujeto a disponibilidad.	31-10-2007	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.	31-12-2008	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. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 📠 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2008	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.	30-12-2008	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.	Habitación doble o doble uso, régimen H.D. y Plaza de Parking 40,00 Euros más 7% I.V.A..	30-05-2008	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: 68,37 euros. Mod. Familiar. 125,19 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2008	Montserrat Esteve	☎ 91 344 17 37 📠 91 457 93 02
PARQUES TEMATICOS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
VALLNORD (PAL-ARINSAL-ORDINO-ARCALIS)	100% AA.VV. y 20% para acompañante. (Una invitación por temporada).	Un día en forfaits de invierno, un día en forfaits de actividades de verano. No valido del 25/12 al 6/01	Abierto	David Bover	☎ +376 737 000 📠 +376 835 904

Turnexo



Salón Profesional y Online del Agente de Viajes



Salón de Verano 2008

Bilbao

Hotel
Ercilla
Calle Ercilla 37-39

24 *jueves*
A *bril*



Inscríbete gratis en:

www.turnexo.com

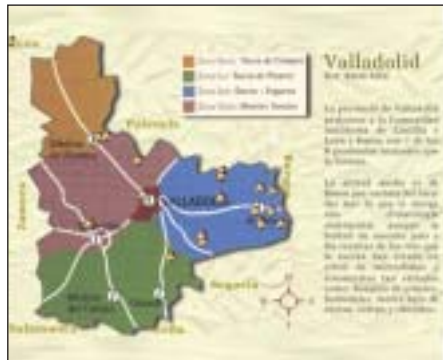
CONVOCA
NEXOTUR

PreInscripción de Agentes y Reservas de Stand en **TurNexo**
Lope de Vega, 13. 28014 Madrid. ☎ 91 369 41 00. Fax 91 369 18 39. E-Mail: turnexo@turnexo.com

ORGANIZADO POR
Nexopublic
CONSULTING

Acaltur presenta el acceso a sus establecimientos de Turismo rural

La página web de Acaltur tiene como objetivo únicamente la integración, desde un único acceso en Internet, de los 'sitios' de las distintas asociaciones de Turismo rural en Castilla y León que la componen, que no comparten un diseño común.



ecoturismocastillayleon.com

La Asociación de Turismo Rural de Castilla y León (Acaltur) presenta una web-site en la que ofrece la relación de las diferentes asociaciones de alojamientos rurales que agrupa en cada una de las provincias de esa región autonómica. Cada una de estas páginas ofrece distintas formas de presentación y niveles de calidad y servicio, según su tipo de diseño y sus objetivos, que en algunos casos, además de los alojamientos, incluyen información sobre su zona. La página se presenta únicamente en castellano, aunque la de algunas de sus asociaciones también se ofrece en otros idiomas.

===== INFORMACIÓN ===== RESERVA ===== GENERAL =====

Integra las web de las distintas asociaciones provinciales de Castilla y León que pertenecen a la asociación. Cada una de ellas, con un formato y un nivel de calidad diferentes, informa de los alojamientos que la componen y de los temas de interés turístico de su entorno.

Ni Acaltur ni las diferentes asociaciones que incluye ofrecen una gestión de reservas, pero para ello enlazan con la página de cada alojamiento, que ofrecen distintas posibilidades, aunque en general no existen referencias ni gestión especial para las agencias de viajes.

Incluye también el enlace con la página de Asetur (Asociación Española de Turismo Rural), a la que pertenece. Las diferentes asociaciones ofrecen información sobre sus objetivos y sus servicios, incluyendo en algunos casos áreas dedicadas al turismo de reuniones.

▲ Lo Mejor / Integración

Acaltur integra los servicios de las asociaciones de Turismo Rural de las diferentes provincias de Castilla y León.

▼ Lo Peor / Poco Homogéneo

El formato, la estructura y el nivel de desarrollo y calidad de las páginas que enlaza son demasiado diferentes.

ACALTUR / Central

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La utilidad de la página web de Acaltur para las agencias de viajes depende del tipo de asociación al que se acceda desde ella. En general, es muy limitada porque no disponen de reserva online, pero en algunos casos su información sobre la organización de reuniones puede ser de interés.

5,6



Entrada / Presenta el acceso a las páginas de las diferentes asociaciones provinciales agrupadas en Acaltur.



Producto / La página de cada provincia presenta sus alojamientos y la descripción de sus temas de interés turístico.



Reserva / Cada asociación presenta la información de sus alojamientos y, para reservar, el enlace con su web.

Fácil reserva para profesionales en la 'website' de H.Top Hotels

H.Top Hotels ofrece una página bien presentada y que incluye un sistema estándar muy útil de reservas, con áreas especiales para las agencias y empresas y con información adecuada sobre sus servicios, pero muy limitada sobre sus hoteles.



www.htophotels.es

La cadena H.Top Hotels, que dispone de seis hoteles de cuatro estrellas y ocho de tres estrellas —todos en la Costa Brava—, ofrece una página en Internet bien diseñada, que incluye un sistema estándar muy útil de reservas, válido para cualquier tipo de usuarios, incluyendo un área específica para las agencias de viajes. En cambio, aunque presenta una amplia información sobre los servicios generales de la cadena, ofrece muy poca información, tanto escrita como gráfica, sobre las características de cada uno de sus hoteles. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano e inglés.

===== INFORMACIÓN ===== RESERVA ===== GENERAL =====

Se puede acceder a los hoteles desde la primera pantalla o desde una guía de hoteles. Presenta una información muy limitada del hotel y algunas fotos. Además, en el acceso a la reserva ofrece las distintas opciones de habitación y régimen de todos los hoteles y su precio.

Dispone del sistema estándar de reservas 'ihotelier', muy bien diseñado y de fácil uso, al que se accede de dos formas diferentes y que contempla la cancelación de reservas y ofrece áreas específicas para las agencias de viajes, empresas y para reserva y gestión de grupos.

La página incluye múltiples áreas de información sobre sus programas de fidelización, los destinos en los que están situados los hoteles, su servicio de 'Todo Incluido', servicios complementarios en hoteles de la cadena distintos al de residencia y servicios de animación.

▲ Lo Mejor / Gestión Reservas

H.Top Hotels utiliza un sistema de reservas estándar muy bien diseñado, usado también por otras cadenas.

▼ Lo Peor / Información Hotel

Presenta una información muy limitada del hotel, en una única pantalla y con un diseño que se puede mejorar.

H.TOP HOTELS/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	GESTIÓN ESPECÍFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La cadena H.Top Hotels ofrece un sistema de gestión de reservas muy útil a los agentes de viajes, sólo limitado por su cobertura —únicamente 14 hoteles en la Costa Brava— y por la escasa información que ofrece de los establecimientos y de las características e imágenes de sus habitaciones.

7,5



Entrada / Presenta la primera pantalla de reservas, todas sus ofertas y el acceso al resto de áreas de la web.



Producto / Desde la guía de hoteles se accede a una descripción muy general del hotel en una única pantalla.



Reserva / Utiliza el sistema estándar de reservas 'ihotelier', muy completo, y con un área específica para las agencias.

La programación de Nobel tours e Indoriente 'online' para agencias

Nobel Viajes presenta una web que permite acceder a la información de todos los catálogos de Nobel tours e Indoriente y solicitar, únicamente a los agentes de viajes registrados, la reserva *on request* de parte de ellos rellenado un formulario.



www.nobel-tours.com

El 'sitio' web de Nobel tours e Indoriente ofrece, tanto al usuario final como a las agencias de viajes, la posibilidad de consultar sus folletos en PDF desde diferentes formas de acceso. Además, incluye un área de información exclusiva para los agentes de viajes registrados, a los que también permite solicitar reservas de algunos de sus programas cumplimentando el formulario que ofrece a tal efecto, quedando la reserva pendiente de confirmación. Asimismo, presenta una versión exclusivamente en castellano, pero permite acceder también a una página diferente con su programación para Portugal.

INFORMACIÓN

Ofrece, accediendo por folleto o desde la selección de programas, la página correspondiente del folleto en PDF. También, para algunos destinos está incluyendo un área de 'Programación digital', con una información muy cuidada de algunos destinos y sus programas.

RESERVA

Desde el área de 'Selección', los agentes con clave pueden solicitar la reserva de algunos programas mediante un formulario, que queda pendiente de confirmación. Los agentes, con otra clave, pueden también acceder a un área de información y ofertas específicas.

GENERAL

La página también incluye algunas ofertas y programas especiales, así como un área de noticias de la empresa y el Sector y otra para solicitar empleo en Viajes Nobel. Sin embargo, sobre la empresa sólo ofrece los datos básicos y lo que sobre ella informa en los folletos.

▲ Lo Mejor / Presentación

Es una web bien presentada, con un área de 'Programación digital' muy completa de los destinos que incluye.

▼ Lo Peor / Gestión Reservas

No gestiona reservas online, sólo permite solicitarlas en un formulario para una parte reducida de sus programas.

NOBELTOURS / Mayoristas

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque Viajes Nobel dedica en su página un área especial para los agentes de viajes, su utilidad es relativa ya que, aunque disponen de un área de información específica, para su gestión sólo pueden consultar sus catálogos y solicitar reservas *on request* de sólo una parte de su programación.

5.9



Entrada / Ofrece el acceso a sus folletos, un área especial de información para los agentes y otra de selección.



Producto / Accediendo por folletos o desde 'Selección', presenta la página del folleto del programa elegido.



Reserva / Marcando un continente en el área de selección, indica qué programas permite solicitar en un formulario.

Visit London ofrece información y reservas en la capital inglesa

La página oficial de Turismo de Londres presenta una completa guía de todos los atractivos turísticos de la ciudad y la posibilidad, únicamente para el cliente final, de reservar *online* una amplia gama de servicios y 'paquetes' de estancia en ella.



www.visitlondon.com

Visit London, empresa de promoción turística de Londres, presenta una página muy completa y bien diseñada que incluye la guía de la ciudad, con información sobre todos sus temas de interés turístico, bien distribuidos por tipo y con una información general de cada tema y el acceso a su página para ampliar información. También ofrece un útil sistema de gestión de reservas de todo tipo de servicios turísticos y 'paquetes' de avión más hotel desde múltiples orígenes. La página presenta versiones en ocho idiomas, entre ellos el castellano, aunque ofrece parte de la información sólo en inglés.

INFORMACIÓN

Ofrece una guía de Londres con información sobre temas como visitas guiadas, lugares de interés, espectáculos, exposiciones o compras, entre otros. Ofrece una relación, una descripción general, en muchos casos en inglés, del seleccionado y el acceso a su web si existe.

RESERVA

Incluye un sistema de reservas muy completo — aunque en demasiados pasos— de hoteles, vuelos, coches de alquiler, espectáculos y otros servicios en Londres, así como de 'paquetes' de vuelo más estancia más coche, que está enfocado a exclusivamente al cliente final.

GENERAL

La página también ofrece, únicamente en inglés, información sobre Visit London y sus objetivos, un área de negocios y sobre la organización de eventos en Londres. También permite descargar folletos y planos sobre los diferentes aspectos de oferta turística de la ciudad.

▲ Lo Mejor / Muy Completa

Ofrece una información adecuada y de fácil acceso y una completa gestión de reservas de servicios turísticos.

▼ Lo Peor / Idioma

Aunque presenta en castellano toda la gestión de reservas, ofrece parte de la información únicamente en inglés.

TURISMO EN LONDRES / 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	GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN TRANSPORTES									
4	GESTIÓN OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La web de Visit London es de utilidad para los viajeros, a los que ofrece una información muy completa y de fácil acceso y una completa gestión de reservas en la ciudad. Sin embargo, para los profesionales, que no pueden gestionar reservas, es de más interés el área sobre el Turismo de Negocios.

7.7



Entrada / Presenta una zona de información sobre la ciudad y otra de reservas y el acceso a un área de negocios.



Producto / Ofrece una guía de Londres distribuida por tipos, con una relación y una descripción limitada de cada tema.



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas de hoteles, vuelos, servicios y 'paquetes' en Londres.

Indicadores

EL PULSO

Enero refleja el frío

Y NO EL CLIMATOLÓGICO precisamente, sino más bien el económico. Y la prueba está en los datos de la balanza de pagos del Banco de España. En efecto, mientras los ingresos en dicho mes mantuvieron su ritmo de crecimiento, entorno al 3% que venía siendo



JOSÉ ARQUERO

el habitual en los meses anteriores, los pagos al exterior por motivos de turismo se limitaron a un

escueto 1,98%, ni siquiera llegaron al 2, quedando por primera vez en años por debajo del incremento de los ingresos. La conclusión es bien sencilla, la nueva situación económica, por no llamarla crisis, afecta menos al turismo internacional que viene a España, al Receptivo, que prácticamente no se ve influido por ella, que al español, que se ve de repente prácticamente estancado. La subida conjunta de alimentos, gasolina y tipo de interés ha cercenado la renta disponible de la mayor parte de los consumidores, y eliminado casi toda posibilidad de gasto más allá del imprescindible para la subsistencia diaria.

Previsión

Dólar USA

14.4.2008
1,583 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,556 €/€
	6 Meses	1,554 €/€
	12 Meses	1,555 €/€

Yen Japonés

14.4.2008
159,830 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

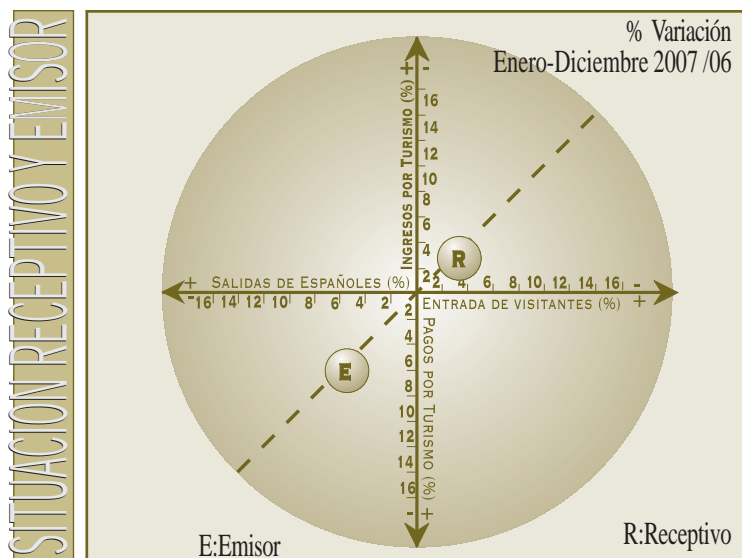
PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	154,184 ¥/€
	6 Meses	154,360 ¥/€
	12 Meses	154,398 ¥/€

Libra Esterlina

14.4.2008
0,802 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,811 £/€
	6 Meses	0,811 £/€
	12 Meses	0,811 £/€



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

EL EURO SIGUE INTRATABLE (y que dure, se puede pensar desde varios ámbitos), y ello hace mas llevadera no sólo la carestía del petróleo, sino también la propia actividad del Sector, que sigue funcionando para los destinos extracomunitarios, con especial incidencia en Reino Unido y América. De hecho, el euro no

sólo se mantiene frente al dólar, sino prácticamente con todo el resto de divisas internacionales, no siendo ajenos a esta posición los altos tipos de interés, que no tienen visos de ceder a corto plazo. El reverso de la moneda es el enfriamiento económico que esta dureza monetaria está provocando y que amenaza con contrarrestar las ventajas de la divisa.

El Índice 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	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio
AFGANISTAN	Afgani	77,14	CHINA	Ranm. Yuan (o)	11,08	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,42	RUMANIA	Leu	3,63
ALBANIA	Lek	122,68	CHIPRE	Libra	1,00	LAOS	Kip Pot Po	13.820,40	RUSIA	Rublo	37,12
ANGOLA	Kwanza	118,75	DINAMARCA	Corona	7,46	LESOTHO	Maluti	12,36	SALOMON	Dólar	12,09
ANT. NEERL.	Guilder	2,83	DJIBOUTI	Franco	278,23	LETONIA	Last	0,70	SAMOA OCC.	Tala	3,93
ANTIGUA	Caribe	4,27	DOMINICA	Dólar E. Caribe	4,27	LIBANO	Libra	2.391,98	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	4,27
ARABIA SAUDI	Rial	5,93	ECUADOR	Dólar	39.550,00	LIBERIA	Dólar	97,69	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	103,03	EEUU	Dólar	1,58	LIBIA	Dinar	1,86	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	4,27
ARGENTINA	Peso	4,99	EGIPTO	Libra	8,60	LITUANIA	Litas	3,45	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	4,27
ARMENIA	Dram	490,03	EL SALVADOR	Colon	13,85	MACAO	Pataca	12,69	SAO TOME	Dobra	22.907,40
ARUBA	Florin	2,83	ERITREA	Nakfa	23,73	MACEDONIA	Denar	61,90	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,70	ESLOVAQUIA	Corona	32,35	MADAGASCAR	Franco	2.634,03	SERBIA & MONT.	Dinar	81,33
AZERBAIJAN	Manat	1,32	ESLOVENIA	Tolar	1,00	MALASIA	Ringgit	4,99	SEYCHELLES	Rupia	12,65
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,58	ESTONIA	Kroon	15,65	MALAWI	Kwacha	222,26	SIERRA LEONA	Leone	4.702,05
BAHRAIN	Dinar	0,60	ETIOPIA	Birr	15,12	MALDIVAS	Rupia	20,25	SINGAPUR	Dólar	2,15
BANGLADESH	Taka	108,45	FIJI	Dólar Fiji	2,36	MALI	Franco	655,96	SIRIA	Libra	80,84
BARBADOS	Dólar Barbados	3,16	FILIPINAS	Peso	65,82	MALTA	Libra	1,00	SOMALIA	Shilling	2.214,80
BELIZE	Dólar Belize	3,08	GABON	Franco CFA	655,96	MARRUECOS	Dirhan	11,49	SRI LANKA	Rupia	170,70
BENIN	Fco. CFA	655,96	GAMBIA	Dalasi	30,26	MAURICIO	Rupia	40,89	SUAZILANDIA	Lijangeni	12,36
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,58	GHANA	Cedi	1,55	MAURITANIA	Ouguiya	380,58	SUDAFRICA	Rand	12,36
BHUTAN	Ngultrum	63,21	GRANADA	Dólar E. Caribe	4,27	MEXICO	Peso	16,65	SUDAN	Libra	3,21
BIELORRUSIA	Rublo	3.396,55	GUAM	Dólar USA	1,58	MOLDAVIA	Leu	16,42	SUECIA	Corona	9,41
BOLIVIA	Boliviano	11,75	GUATEMALA	Quetzal	11,98	MONGOLIA	Tugrik	1.845,80	SUIZA	Franco	1,58
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUINEA	Peso	655,96	MONTSERRAT	Dólar	4,27	SURINAM	Dólar	4,34
BOTSWANA	Pula	10,28	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MOZAMBIQUE	Metical	38,92	TAILANDIA	Baht	49,97
BRASIL	Real	2,67	GUINEA ECUAT.	Franco	6.968,73	NAMIBIA	Rand	12,36	TAIWAN	Dólar	47,96
BRUNEI	Dólar Brunei	2,15	GUYANA	Dólar	323,84	NAURU	Dólar	1,70	TAJKISTAN	Somoni	5,44
BULGARIA	Lewa	1,96	HAITI	Gourde	60,51	NEPAL	Rupia	101,13	TANZANIA	Shilling	1.949,03
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	HONDURAS	Lempira	29,90	NICARAGUA	Gold	30,31	TOGO	Franco CFA	655,96
BURMA	Kyat	10,20	HONG-KONG	Dólar	12,32	NIGER	Franco CFA	655,96	TONGA	Pa'anga	2,87
BURUNDI	Franco	1.856,67	HUNGRIA	Forint	252,21	NIGERIA	Naira	185,63	TRINIDAD	Dólar	10,00
CABO VERDE	Escudo	110,66	INDIA	Rupia	63,21	NORUEGA	Corona	7,95	TUNEZ	Dinar	1,82
CAMBOYA	Rial	6.209,35	INDONESIA	Rupia	14.527,50	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,99	TURKMENISTAN	Manat	9.887,50
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IRAN	Rial	14.232,50	OMAN	Rial	0,61	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,58
CANADA	Dólar Canada	1,62	IRAQ	Dinar	1.906,39	PAKISTAN	Rupia	99,94	TURQUIA	Lira	2,07
COLOMBIA	Peso	2.838,50	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,30	PANAMA	Balboa	1,58	TUVALU	Dólar Australiano	1,70
COMORES	Franco	491,97	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,58	PAPUA N. GUIN.	Kina	4,30	U.E.A.	Dirham	5,81
CONGO	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,58	PARAGUAY	Guaraní	6.806,56	UCRANIA	Karbovanets	7,86
CONGO (R.D.)	Franco	873,26	ISLANDIA	Corona	116,35	PERU	Nuevo Sol	4,27	UGANDA	Shilling	2.665,67
COREA NORTE	Won	170,60	ISRAEL	Shekel	5,70	POLONIA	Zloty	3,43	URUGUAY	Peso	31,48
COREA SUR	Won	1.543,64	JAMAICA	Dólar	112,11	PUERTO RICO	Dólar USA	1,58	UZBEKISTAN	Sum	2.059,46
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	JAPON	Yen	159,95	QATAR	Rial	5,75	VANUATU	Vatu	152,11
COSTA RICA	Colón	782,00	JORDANIA	Dinar	1,12	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolívar	3,40
CROACIA	Kuna	7,27	KAZAKHSTAN	Tenge	190,58	R. DOMINICANA	Peso	54,10	VIETNAM	Dong	25.495,50
CUBA	Peso Cubano (o)	1,46	KENYA	Shilling	98,64	REINO UNIDO	Libra	0,80	YEMEN	Rial	314,74
CHAD	Franco CFA	655,96	KIRGUISISTAN	Som	57,66	REP. CHECA	Corona	24,99	ZAMBIA	Kwacha	5.584,46
CHILE	Peso	711,90	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,70	RUANDA	Franco	860,57	ZIMBABUE	Dólar	47.460,00

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 Económicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentario
Ingresos por turismo	Enero 2008	2.759 M	+ 3,2% (anual)	Se mantiene la tendencia
Pagos por turismo	Enero 2008	1.136 M	+ 1,97 % (anual)	Frenazo al crecimiento
Viajes de españoles	Enero-Noviembre 2007	145,2 millones	- 5,6% (anual)	El exterior funcionó
IPC (Viaje organizado)	Marzo 2008	97,762	+4,1% (anual)	Moderado incluso estacionalmente

NOTAS: 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
91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRACALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS Plaza de España, 18 MADRID	91-5599110 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morera, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmany (Ibiza)	902-326292 Fax 91-3466462
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3º BARCELONA	93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CLUB DEL VIAJERO (TOURBOUJ) Pza. de España, 6 BURGOS	902-410110/670657657 Fax 947-206912
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 3º MADRID	902020702
GUAMASA Po. de la Habana, 28 MADRID	91-7823787 Fax 91-5643918
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA	971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241

KUONI SA Pº. Infanta Isabel, 17 1º MADRID	91-5382700 Fax 91-5382727
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gastelz, 53 VITORIA	945-2455000/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmon, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	91-4568600 Fax 91-4568773
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 2º BILBAO	902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515

TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5º C BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordaz, 3-3º MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lucmajor MALLORCA	971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3º BARCELONA	901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
INTER-FLIGHTS Los Arfe, 66 MADRID	91-5590443-44 Fax 91-5590520
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
SPANAIR Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA	902-131415-971-745020 Fax 971-492553
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	902-454645

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputacion, 238 sobrealco BARCELONA	93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	91-3082962 Fax 91-3086502
RENEF AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	91-7477570 Fax 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	971-657173 Fax 971-643147
AVIS ALQUILE UN COCHE Avd. de Manoteras, 32 - Ed. Avis MADRID	902-135531 Fax 91-3480220
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1- 3º Dcha. MADRID	91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenon, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS	902-448449

Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

BANCOTEL/PROTEL Ctra Coruña. Proción, 1 Oficor MADRID	91-5096100-902-196100 Fax 91-3729179
BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av.LasAméricas,ccAméricasP2L26ARONA(TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Frailé, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Gultard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA	902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RESTEL Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	91-7365040 Fax 91-7365040
RIU HOTELES Laudes s/n PALMA DE MALLORCA	971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164164/902 164163 Fax 902444164
UTELL Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

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

GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	902-300202 Fax 985-273487

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

UNAV (Unión Nacional de Agencias de Viajes) Alberto Aguilera, 62-2º 3ª MADRID	91-5498311 Fax 91-5499586
--	------------------------------

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOCARES GARCIA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	91-5050552 Fax: 91-5051661
EURORUTAS Gran Via, 66 MADRID	91-5483833 Fax: 91-5479550
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	91-4118324 Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

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

EXCELENTE PROFESOR

GLOBISH*
FRANCES Nativo
Habilidades comunicativas (técnicas de venta, atención al cliente, motivación y liderazgo, habilidades de dirección, trabajo en equipo...)

*Globish: más de 1.000 palabras clave
"in English-American" para comunicarse con todo el Mundo!!

Dilatada experiencia en Management Marketing y TURISMO:
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE.

Suiza ("La primera del Mundo")
Centro de Estudio Turístico **Cuba**
Escuela OFICIAL de Turismo **Madrid**
Shanghai Institute of Turism China
GARANTIZADO RESULTADOS
Tel: 91 547 58 71 / 619 360 745 fetisolain@yahoo.com,
alainf_3@hotmail.com

El 95% de las empresas en España no respeta la legislación vigente sobre Protección de Datos Personales.

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. Adeleuarla a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En Mesonero-Romanos Abogados conocemos la Ley y sabemos como regularizar su situación. Tenemos amplia experiencia solucionando los problemas demandados de la legislación de protección de datos, en distintos tipos de Empresas y sectores, así como asesorando sobre su correcta interpretación e implantación.

Una inversión mínima y a tiempo puede evitarle sanciones de hasta 600.000 euros.

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

Consultenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: www.mesoneroromanos.com

Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 49 Dup. 4º 28003 Madrid. Telef. 914423908

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes precisan personal con experiencia

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.

■ **Politours.** Agencia de viajes mayorista. Madrid. Mayorista necesita para sus oficinas de Madrid, agentes de viajes para el departamento de Booking. Requisitos: conocimientos del sistema amadeus, inglés, informática y que sea una persona responsable. C.V.: bosadetrabajo@politours.com. ☎ 91 541 62 00.

■ **Total Cruceros.** Agencia de viajes online. Madrid. Total Cruceros precisa para su oficina ubicada en Torreldones agente de viajes para venta de cruceros. Requisitos: experiencia en puesto similar, conocimientos de producto vacacional y posibilidad de incorporarse inmediatamente. C.V.: reservas@totalcruceros.com. ☎ 91 310 72 15.

■ **Viajes Gheisa.** Agencia de viajes. Zaragoza. Precisamos cubrir puesto de agente de viajes para venta en mostrador. Ofrecemos buen ambiente de trabajo, posibilidad de desarrollar nuevas líneas de negocio. Requisitos: imprescindible experiencia mínima de dos años en puesto similar, manejo de Sire, manejo de Office. Además, se valorarán conocimientos en geografía turística, conocimientos de Sabre y experiencia en áreas Business y Colectivos. C.V.: augusta@gheisa.es. ☎ 976 34 97 11.

■ **Halcón Viajes.** Agencia de viajes. Barcelona. Red minorista del grupo Globalia precisa agentes de viajes para sus dis-

tintas oficinas de Barcelona. Sus funciones serían la atención al cliente y venta directa de productos vacacionales. Se ofrece incorporación inmediata, salario a convenir según experiencia profesional y contrato eventual con posibilidad de indefinido. Requisitos: estudios de Turismo o similar, nivel de Amadeus y otros sistemas de reservas, conocimientos de ofimática y experiencia mínima de un año en agencia de viajes. C.V.: seleccionrecursos@halconviajes.es.

■ **Ski Arias.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos persona para ocupar puesto de auxiliar administrativo, dependiendo del responsable de Administración. Las tareas a desarrollar son: emisión de facturas, control de facturación, comprobación de ingresos bancarios, preparación de órdenes de transferencias, arqueos de caja, etc. Se valorará experiencia en el Sector, así como el conocimiento de los programas Beroni. C.V.: viajes@skiarias.com. ☎ 91 598 97 80.

■ **Viajes Ábaco Travel.** Agencia de viajes. Madrid. Precisamos agente de viajes con don de gentes y que le guste relacionarse con el público. Es necesario conocimientos de Amadeus. C.V.: administracion@viajesabaco.com. ☎ 91 598 97 80.

■ **Explora Acción Viajes y Aventuras.** Agencia de viajes. Madrid. Se necesita persona para cubrir puesto en atención al cliente, manejando cotizaciones para viajes privados y a medida en destinos de larga distancia (África, Asia y Oriente Medio). El horario sería de lunes a viernes de 9:30 a 13:30 y de 16:30 a 19:30

horas. Se requieren dos años de experiencia en departamento de Producto en mayorista o agencia minorista especializada en viajes a medida. Se pide además conocimientos de inglés escrito para comunicación con correspondientes y en los sistemas de reserva Amadeus y Sire. C.V.: rr-hh@explora-accion.com.

■ **Grupo Belma.** Agencia de congresos y eventos. Madrid. Precisamos agente de viajes con amplia experiencia en departamentos de élite, btc, grupos, congresos e *inplant*. Ofrecemos contrato indefinido en agencia orientada a congresos y eventos en general, con buen nivel salarial y buen ambiente de trabajo, en oficinas en calle Princesa. Horario de lunes a jueves de 9:00 a 18:00 horas y viernes de 9:00 a 15:00 horas. Liderará departamento de Grupos y Élite —con atención personalizada a nuestros clientes VIP— y apoyará al departamento de Congresos o el de Eventos, principalmente, en reservas aéreas y hoteleras. Requisitos: excelente nivel en el uso del sistema Amadeus, Renfe y los programas PowerPoint y Excel. Amplia experiencia en negociación con hoteles y correspondientes. Nivel medio alto de inglés. Buena presencia y excelente comunicador. Disponibilidad para viajar. C.V.: info@grupobelma.es. ☎ 91 758 49 85.

■ **Nobel tours & Indoriente.** Agencia mayorista. Madrid. Necesitamos cubrir puesto en el departamento de reservas Internacionales en nuestra sede en Aravaca. Requisitos: Inglés avanzado y Amadeus. C.V.: rrhh@noveltur.com. ☎ 913727900.

Atención al cliente

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.

■ **Dirección ventas.** 45 años. Madrid. ssalvador@ya.com. ☎ 607 26 10 91.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Las Regueras (Asturias). maria_norniella@hotmail.com. ☎ 654 81 57 59.

■ **Departamento comercial.** 37 años. Madrid. rg Herrera01@gmail.com. ☎ 670 63 19 33.

■ **Atención al público.** 24 años. Alicante. galo540@hotmail.com. ☎ 666 17 64 77.

■ **Agente de viajes.** 21 años. Granada. lauramiz41@hotmail.com. ☎ 661 44 68 45.

■ **Comercial.** 28 años. Torreldones (Madrid). maria_chiky@hotmail.com. ☎ 616 20 99 30.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Madrid. pilote_mm@hotmail.com. ☎ 655 40 98 35.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Málaga. jetzabel2@hotmail.com. ☎ 655 33 94 63.

■ **Atención al público.** 25 años. Granada. petunia_yo@hotmail.com. ☎ 661 47 07 14.

■ **Ventas.** 25 años. Madrid. tatycv82@hotmail.com. ☎ 679 26 45 06.

■ **Agente de handling.** 23 años. Madrid. lalety84@yahoo.es. ☎ 620 82 16 81.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Viajes de aventura

⇒ Ambar y Katanga, turoperadores especializados en viajes de aventura, ofrecen, en una página común, la **información** sobre sus programas y el resto de actividades que organizan, todas relacionadas con este tipo de viajes.

↓ Es de poca **utilidad** por la escasa información que ofrece.

↓ No incluye ninguna funcionalidad de **reservas**.



<http://www.pasaporte3.com>

Hoteles desde agencias

↑ La **website** de Occidental Hoteles incluye la **información** y reservas de sus hoteles en España, Francia, Túnez y el Caribe, incluyendo un área profesional para la gestión desde las agencias.

↑ Resulta una página de **utilidad**, tanto para el cliente final como para las agencias de viajes.

↑ Las agencias disponen de un área para sus **reservas**.



<http://www.occidental-hoteles.com>

Completa oferta

↑ La nueva página **web** de Spanair incluye **información** y reserva de vuelos, hoteles, coches de alquiler y 'paquetes' de viaje para todo tipo de usuarios.

↑ Por su amplia oferta, su nivel de información y sus áreas para distintos tipos de usuario, es una página de bastante **utilidad**.

↑ Ofrece a las agencias un área específica de **reservas**.



<http://www.spanair.com>

Transporte terrestre

↑ La página **web** de Dainco ofrece **información** sobre sus líneas de autocar entre Galicia, Salamanca y Algeciras, sus horarios y tarifas, pero su gestión de reservas no es válida para las agencias.

⇒ Resulta de más **utilidad** para el cliente final que para los agentes de viajes.

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



<http://www.dainco.es>

Turismo en Francia

↑ Ofrece un conjunto muy completo de cualquier tipo de **información** que pueda interesar en una estancia en Francia, con múltiples formas de acceso a la misma y enlaces a los sistemas de reservas de los diferentes servicios.

↑ Incluye información **útil**, tanto a viajeros como a agentes.

↓ Se limita a enlazar con algunas centrales de **reservas**.



<http://www.franceguide.com>

Alojamiento rural

↑ La **web** de Top Rural presenta un directorio de alojamientos rurales en España, Portugal y Francia, así como **información** de rutas turísticas y otras actividades en el entorno del alojamiento y su forma de contacto para realizar las reservas.

↑ Por su completa información resulta una **web** de **utilidad**.

↓ Para **reservar** ofrece el enlace con la **web** del alojamiento.



<http://www.toprural.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

'Anulaciones de títulos'

✓La Secretaría de Estado de Turismo y Comercio ha concedido el título-licencia de agencia de viajes minorista a la empresa Elizondo Ruiz Bidaiak, con el código identificativo de Euskadi CIE 2256 y sede social en Irún, calle Fuenterrabía, número 13, local C.

✓La Secretaría de Estado de Turismo y Comercio ha anulado el título-licencia de agencia de viajes minorista a las empresas Riamar Turismo y Ocio, con sede social en Getxo (Vizcaya), calle Santa Ana Areeta, número 8-A, y código identificativo de Euskadi CIE 2231; y Txispagarri, con sede social en Bilbao, calle Santuxtu, número 15, bajo, y Código identificativo de Euskadi CIE 2008.

✓Resolución de 11 de marzo de 2008, de la Secretaría General de Turismo, por la que se publica el Acuerdo marco de colaboración entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Consejería de Economía y Empleo de la Ciudad de Ceuta, para el desarrollo de políticas y estrategias comunes en materia de calidad turística.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Formación para un cargo de importancia

'MBA Executive en Dirección y Planificación Turística'

La importancia del Sector Turístico en la economía mundial es cada vez más incuestionable.

En España, el Turismo se ha convertido en uno de los principales motores económicos, contribuyendo en gran medida al PIB y posicionándose como uno de los países más visitados por los turistas. La internacionalización de la industria no solo se refleja en la recepción de viajeros, sino que gran número de las empresas nacionales están presentes en los diferentes segmentos turísticos de los principales destinos del mundo. Por este motivo, el Sector Turístico reclama cada vez más profesionales capacitados y formados en la dirección y gestión de empresas y negocios turísticos. Ante esta creciente demanda, el Instituto Internacional de Estudios Turísticos (IETUR) imparte el 'MBA Executive en Dirección y Planificación Turística' que, en colaboración con la Universidad Antonio de Nebrija, contribuirá a la formación de los profesionales turísticos.

Con el objetivo de crear profesionales totalmente capacitados para ocupar un cargo de importancia en empresas del Sector, el MBA de IETUR combina la teoría

IETUR

y la práctica en su periodo lectivo. La metodología de los cursos, además de las clases puramente teóricas, incluye el estudio detallado de casos reales, la exposición y discusión teórica de aspectos relacionados con la gestión de empresas, juegos de simulación de empresas, análisis y lectura de notas técnicas y desarrollo de actividades directivas.

Una vez finalizado el curso, los participantes serán capaces de definir la estrategia adecuada para cada situación, conocer los procedimientos de análisis de negocio, definir e implementar proyectos dentro de las áreas de la actividad turística, dirigir equipos humanos con capacidad directiva para la eficiente gestión de la empresa, ser capaces de crear sistemas de información que permitan analizar y decidir en situaciones cambiantes y establecer detalladamente las prioridades de la empresa.

Podrán acceder a este curso los titulados en Turismo con experiencia contrastable de más de tres años en un cargo de importancia o los profesionales que, careciendo de título, cuenten con una dilatada experiencia.

www.ietur.com

LIBROS

Un recorrido por la industria sevillana

Título: Turismo industrial y tecnológico de Sevilla



El Turismo industrial ha tenido un desarrollo espectacular en los últimos años. Esta tipología se traduce, no sólo

en la visita a las instalaciones industriales en desuso, sino a los complejos industriales que actualmente se encuentran en funcionamiento. España, y especialmente Sevilla, atesora un rico patrimonio industrial tanto en zonas urbanas como en áreas rurales: minas, batanes, molinos, fábricas, poblados ferroviarios, etc. Ante la paulatina recuperación de estos espacios en la provincia, el Consorcio de Turismo de Sevilla ha publicado la guía 'Turismo Industrial y Tecnológico de Sevilla', que ofrece una completa descripción por los lugares de interés turístico de la provincia. La guía cuenta con traducción a la lengua inglesa.

www.turismo.sevilla.org

CALENDARIO

Ferias de Turismo de mayo y junio

●Del 11 al 13 de mayo de 2008, Routes' Regional Europe, Porto, Portugal. Para ampliar información consultar la página web www.europe.routesonline.com.

●Del 25 al 27 de mayo de 2008, Routes' Regional África, Dakar, Senegal. Para ampliar información www.routesonline.com/events..

●Del 29 de mayo al 1 de junio de 2008, EUROAL 2008, 3rd Fair of Latin American and European Tourism, Art and Culture, Torremolinos, Málaga, España. Para ampliar información consultar www.euroal.net.

●Del 9 al 11 de junio de 2008, City Break 2008, The European cities business to business travel event, Belgrado, Serbia. Para ampliar información consultar la página web www.citybreakexpo.com.

●Del 10 al 12 de junio de 2008, MITM Euromed, Meetings and Incentive Trade Market, Koelnmesse, Colonia, Alemania. Para ampliar información consultar www.mitmeuromed.com.

●Del 11 al 14 de junio de 2008, ITE Mice 2008, Business and Incentive Travel Market, Hong Kong, China. Para ampliar información consultar la página web www.itehkmice.com.



Tu Mensajería



Local Nacional Internacional Courier

Servicio de mensajeros
Puente diurno y nocturno

Furgonetas y coches
Servicios especiales

☎ 91 570 11 13

Red de Servicios Integrales S. L. C/ Marqués de Viana, 35. 28039 Madrid

SUBEN

▲ Hallvard Bratberg

Hallvard Bratberg será, a partir del 1 de mayo, el nuevo director general de SAS para España y Portugal, sustituyendo en el cargo a Ole Johansson. Hasta su traslado a España, Bratberg ocupaba el puesto de director de Programas de Clientes y Ventas Internacionales en SAS Norway.



▲ Tamer Tamar

Expedia Distribución ha nombrado a Tamer Tamar director y vicepresidente de la compañía. Desde su nuevo cargo asumirá, entre otras funciones, la gestión diaria de desarrollo de negocio en la Zona EMEA. Tamar entró a formar parte de Expedia en 2004 como gerente de desarrollo de negocio.



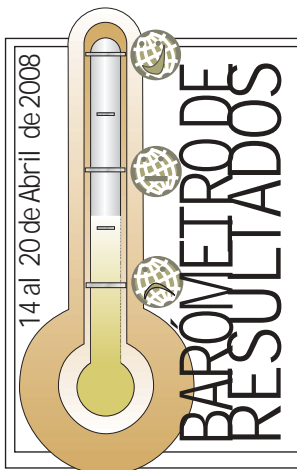
▲ Cristina Bernabé

Cristina Bernabé ha sido nombrada directora de España y Portugal por VisitBritain (Oficina Nacional de Turismo Británico). Con este nuevo cargo asume la responsabilidad de mantener España como mercado líder emisor hacia Gran Bretaña y de capitalizar nuevas oportunidades de negocio.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Javier Carreño	3
Entrevista / Koro Garmendia	4
Escapate	6-16
Mostrador	17-19
Hotelería	20-22
Club	24
Evaluatnet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31
Coyuntura.....	32



LA SEMANA

Ofertas y grupos animan algo

Dentro del ancho valle que está resultando un insólito mes de abril sin semana Santa, algunos segmentos empiezan a animarse. De un lado, las ofertas par las escapadas preveraniegas, hasta junio, que están permitiendo una cierta actividad, a la que hay que sumar los clásicos viajes de novios de mayor-junio y movimientos de grupos, con cierta abundancia de jubilados. Por otra parte, los primeros madrugadores para el verano, amparándose en las ofertas de los grandes grupos comienzan también a aparecer, aunque de forma muy tímida, esperándose un nuevo *impasse* hasta que surjan las ofertas de última hora.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

En noviembre de 2007 se ha superado la cifra de 12,4 millones de desplazamientos de los propios residentes, lo que representa un aumento del 17,2% respecto a las cifras del mismo mes de 2006, como indica la Encuesta de Movimientos Turísticos de los españoles (Familitur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Entre las principales Comunidades emisoras destacan Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña, que han concentrado el 18,3%, 16,7% y 13,9%, respectivamente. Asimismo, en términos de evolución hay que mencionar que todas ellas han experimentado notables avances en 2007.

En cuanto a la distinción según destino, Andalucía ocupa la primera posición, recibiendo 2,2 millones de visitantes —el 18% del total—. Empujada por los desplazamientos de los propios andaluces y de los madrileños —principales mercados emisores—, con crecimientos cercanos al 24%, la Comunidad ha experimentado un incremento de las llegadas del 17,9%. Respecto al tipo de alojamiento, la vivienda de familiares o amigos ha sido la más solicitada, mientras que el crecimiento ha sido generalizado en el resto de ofertas alojativas.

Por detrás de Andalucía se sitúa Cataluña, que con un 10,8% más de visitas ha superado la cifra de 1,6 millones de viajes, es decir, el 12,6% del total. De esta Comunidad cabe destacar que, aunque los viajes internos de los propios catalanes han aumentado, el crecimiento ha sido menor en comparación al resto de Comunidades. Por otra parte, con 1,3 millones de viajes en noviembre —10,4% del total— Castilla y León ha ocupado la tercera posición como Comunidad de destino turístico, mostrando un incremento del 4,1%. Los dos princi-

COYUNTURA

Los españoles viajan un 17% más

En noviembre de 2007 se han registrado un total de 12,4 millones de desplazamientos de españoles, lo que supone un incremento del 17,2% respecto a 2006. Como principales mercados emisores, además de Andalucía, con el 18,3%, destaca la Comunidad de Madrid, con un peso del 16,7%. En cuanto al medio de transporte utilizado en los desplazamientos, destaca el crecimiento superior al 50% del sector aéreo.

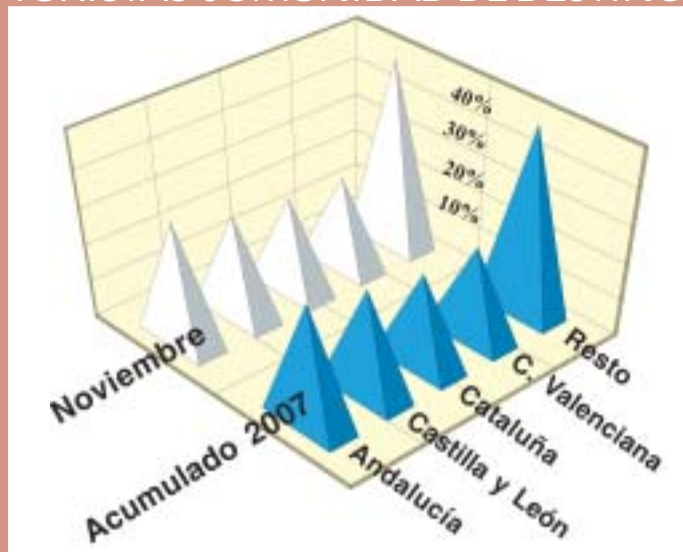
importantes aumentos durante dicho periodo, aunque destaca, por encima de la carretera, la vía aérea, con un incremento superior al 50%.

Más viajes en diciembre

En diciembre de 2007 se ha producido un crecimiento en el número de viajes de los españoles. Este buen comportamiento se ha notado especialmente en los viajes al extranjero y en el alojamiento hotelero. Asimismo, hay que destacar el incremento en los desplazamientos de fin de semana y en los realizados en coche y en avión. Respecto a las Comunidades autónomas de destino, Andalucía vuelve a ser la principal receptora de viajeros, con más del 17% del total, seguida por Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana, con el 11%, 10% y 9%, respectivamente. Todas estas Comunidades han mejorado las cifras de llegada de turistas respecto a 2006, salvo la Comunidad Valenciana, que ha experimentado un ligero descenso. El resto de Comunidades autónomas ha recibido en su conjunto en torno al 40% de los desplazamientos efectuados por los residentes en España. Dicho volumen supone una caída respecto al mismo periodo de 2006.

En cuanto al mes de enero, el buen comportamiento de los viajes internos ha ayudado a lograr una variación positiva. Durante este periodo, es destacable el incremento del uso del alojamiento hotelero, aunque también hay que mencionar los desplazamientos a viviendas propias y de familiares y amigos. En relación con el medio de transporte, han destacado los viajes en coche, con el mayor aumento. Por último, los tipos de viaje predominantes en enero han sido los de fin de semana y los desplazamientos por motivos de negocios.

TURISTAS COMUNIDAD DE DESTINO



Fuente: Institutos de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR.

pales emisores de esta Comunidad, los madrileños y los propios castellanoleonenses, muestran tendencias contrapuestas. Mientras que los turistas de la Comunidad de Madrid han aumentado, los de la propia región han registrado una importante caída.

Valencia crece cerca del 14%

La Comunidad Valenciana ha recibido el 9,4% de las visitas —1,2 millones—, lo que supone un as-

censo del 13,9% respecto al mismo mes de 2006. El conjunto del resto de Comunidades han concentrado el 44,1% de los viajes de los residentes, es decir, un total de 5,5 millones de desplazamientos, lo que representa un avance del 19,1% respecto a noviembre de 2006.

En cuanto al medio de transporte utilizado por los españoles en sus desplazamientos, el 85,4% de los viajes se ha realizado por carretera, mientras que el 8,8% en avión. Ambos medios han experimentado

BARCELONA - BUENOS AIRES
DIRECTO

AEROLINEAS
ARGENTINAS

¿Por qué sólo Aerolíneas Argentinas?

- Por ser la única compañía que opera vuelos directos sin escalas desde Barcelona a Buenos Aires.
- Porque sólo nosotros unimos 33 ciudades en todo el país, aterrizando o despegando cada 4 minutos.
- Por disponer de 128 oficinas propias y representaciones en todo el mundo.
- Por ofrecer un call centre que atiende más de 4.165.000 llamadas anuales.
- Por nuestra sólida experiencia transportando pasajeros durante 55 años.
- Por aplicar los más altos estándares de calidad y seguridad a nuestras aeronaves.
- Por una total garantía de profesionalidad.

Call Centre 900 955 747

www.aerolineas.com

