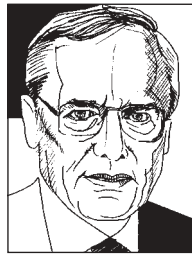


ARTURO FERNÁNDEZ

### Cuidar al turista

PÁG. 9/ Las agencias deben cuidar al nuevo modelo de turista



JACQUES BARROT

### 'Lista negra'

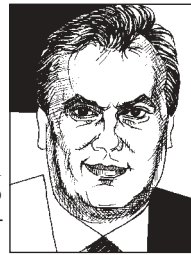
PÁG. 6/ Bruselas actualiza la 'lista negra' de aerolínea que no pueden volar en la UE



ADOLFO UTOR

### Transporte marítimo

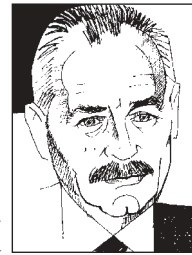
PÁG. 6/ El petróleo y el cambio climático relanzarán el transporte marítimo



MIGUEL ÁNGEL GARCÍA

### Turismo accesible

PÁG. 2/ El Turismo accesible conduce a un objetivo generalizable de calidad



CLAUDIO MEFFERT

### Servicio subcontratado

PÁG. 5/ Se tiende a no cuidar la calidad de los servicios subcontratados

## Las Asociaciones podrían reunirse a finales de mes

El Sector ve factible la unidad de acción asociativa

Tras un acercamiento de posturas antes del verano, tanto FEAAV como AEDAVE prevén organizar un encuentro con Asociaciones empresariales de agencias de viajes nacionales, que podría celebrarse a finales de este mismo mes de septiembre.



Fuente: IET. © NEXOTUR

### Las llegadas a través de 'paquetes' caen el 14%

En junio España experimentaba el segundo descenso de turistas internacionales, un 0,7%. Pág. 24

### La cifra de negocio de las agencias crece 3%

La cifra de negocio de las agencias de viajes se incrementa un 2,7% en mayo. Pág. 5

### Ya se ha ejecutado un 78% de Horizonte 2020

El Gobierno acelera la ejecución del Plan 2020 por la situación actual de la economía. Pág. 7

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 16

Ambas Asociaciones consideran que "se dan las condiciones necesarias para iniciar un proceso de negociación". Como explica el presidente de AEDAVE, Jose Manuel Maciñeiras, se dan dos premisas fundamentales "la voluntad real del Sector y la capacidad organizativa". Por su parte, el presidente de FEAAV, confía en lograr un buen nivel de participación y ha abierto las puertas "a todas las Asociaciones".

Escapate en pág. 5



Don Juan Carlos recibe el 29 de enero de 2008 el título de Prócer del Turismo Español en Iberoamérica.

## El Rey vuelve a presidir CIMET

Don Juan Carlos acepta, por séptimo año consecutivo, la Presidencia de Honor de la XII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo CIMET 2009, que este año apuesta por la internacionalización de la hotelería independiente en los destinos de Iberoamérica. Escapate en pág. 10

### RANKING NEXOTUR DE SEGUROS DE VIAJE

COMPAÑÍAS	VENTAS 2007	VENTAS 2006	2007/06
1 Europea Seguros	45,0	38,2	4,2%
2 Europ Assistance	37,2*	32,2	15,6%
3 Mondial Assistance	15,5	11,0	40,9%
4 Intermundial	13,2	10,2	29,4%
<b>TOTAL</b>	<b>110,9</b>	<b>91,6</b>	<b>21,1%</b>

Fuente: Nexodata y empresas. \*: Estimaciones. Ventas en millones. ©NEXOTUR

## Fuerte auge de los seguros

Las principales compañías de seguros de viajes españolas han registrado un incremento de su facturación conjunta en 2007 de un 21,1%, superando por primera vez la barrera de los 100 millones de euros, hasta alcanzar los 110,9 millones, según el 'Ranking NEXOTUR de Seguros de Viaje'. Escapate en pág. 8

## Alemania prevé un incremento importante de turistas españoles

En 2015, la Oficina Nacional Alemana de Turismo espera alcanzar 3,3 millones de pernociaciones de turistas españoles. A pesar de ser el décimo mercado emisor del país, como explica el director de la Oficina, Harald Henning, los buenos resultados "confirman la gran demanda que tiene Alemania como destino". En 2007, los turistas españoles aumentaron un 16,8%, y para 2008, "el objetivo es que los viajeros españoles crezcan por encima de la media internacional en Alemania, estimada en un 2%". El 40% de los viajes desde España son intermediados por agencias.

Entrevista en pág. 4



Harald Henning del Turismo alemán.



www.airfrance.es



Facture en 30 segundos desde las terminales de auto check in.

## CLAVES

## Audiencia con el Príncipe (I)

**H**ACE YA CASI 20 años, el 11 de abril de 1988, su Augusto Padre, S.M. el Rey, honró a esta Mesa del Turismo recibéndola en audiencia. Puedo asegurarle que su acogida y sus palabras fueron un magnífico estímulo para esta Entidad, que sólo llevaba dos años de vida oficial. Salimos todos de la audiencia con el ánimo reforzado para, de acuerdo con nuestra vocación, trabajar en favor del Turismo español.



JUAN ANDRÉS MELIÁN

El año anterior, 1987, España había tenido algo más de 48 millones de visitantes y los ingresos por Turismo fueron 14.759 millones de dólares, 20 años después, en 2007, hemos superado los 59 millones de visitantes y durante el periodo enero-octubre, (el Banco de España aún no ha publicado datos más recientes), los ingresos por Turismo han sobrepasado los 37 millones de euros.

Lejos de nuestra imaginación, atribuirnos ninguna autoría sobre esos aumentos, excepto la realidad de nuestro trabajo, al lado de otros muchos, que han actuado en la misma dirección.

En cambio, quizá sí nos sentimos algo más responsables de la incuestionable mejora de la calidad de nuestra oferta y, sobre todo, del notable aumento de la valoración del turismo, que se ha registrado en la clase política y en la sociedad civil en general.

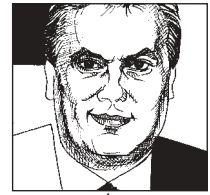
Para lograrlo, la Mesa del Turismo ha tenido reuniones durante estos años con todos los ministros, cuyos departamentos pudieran tener influencia, directa o indirecta, sobre el Turismo; con el poder legislativo, a través de los portavoces de los Partidos políticos en el Parlamento, e incluso con los presidentes del Congreso y del Senado; con los Gobiernos de 11 Comunidades autónomas; con autoridades de la unión Europea, ejecutivas y legislativas; con los máximos responsables de los dos grandes partidos políticos españoles y de significadas entidades públicas y sociales, así como con varios medios de comunicación.

En todos estos contactos, hemos querido asegurar, bien la adecuación de todas las medidas legislativas y administrativas de carácter turístico, a lo que estimábamos el interés general, bien la confianza en que el resto de medidas públicas tuvieran en cuenta los efectos que producirían en relación con el Turismo.

Juan Andrés Melián es presidente de la Mesa del Turismo. Discurso durante la audiencia con el Príncipe de Asturias del pasado 19 de febrero de 2008.

**E**'El Turismo accesible surge como una expresión más del deseo de autonomía, vida independiente e inclusión de las personas con discapacidad, pero conduce a un objetivo generalizable de calidad en el Turismo para toda la población' subraya Miguel Ángel García

## TRIBUNA



MIGUEL ÁNGEL GARCÍA

## El atractivo del Turismo accesible (I)

**S**E ENTIENDE POR Turismo accesible o Turismo para todos el conjunto de actividades realizadas durante el tiempo libre orientado al Turismo y el ocio, al que pueden acceder y disfrutar todas las personas con independencia de sus capacidades. El Turismo accesible surge como una expresión más del deseo de autonomía, vida independiente e inclusión de las personas con discapacidad, pero conduce a un objetivo generalizable de calidad en el Turismo para toda la población. Las mejoras incorporadas por el 'diseño para todos' suponen incrementos en la calidad de las instalaciones y del servicio para todas las personas, al requerir el menor esfuerzo físico e intelectual para el desempeño de todas sus actividades de traslado, ocio, restauración y hospedaje.

Disfrutar del tiempo libre y de las vacaciones es un derecho fundamental del que están todavía excluidos millones de personas con discapacidad física, sensorial o intelectual. Un estudio solicitado por la Comisión Europea y llevado a cabo en 1993, estimó que el mercado potencial europeo para el Turismo accesible a la fecha, era de 36 millones de turistas con discapacidad capaces de viajar, por contar con suficiente autonomía y capacidad económica. Esto equivale a un importante nicho de mercado, una de cada diez personas de la población europea se podría considerar como un potencial turista con discapacidad. Aplicando los mismos criterios, en España esta cifra constituiría aproximadamente 2,5 de las 3,5 millones de personas con discapacidad. Es evidente que es un mercado potencial que no está siendo atendido.

En la actualidad, el Plan de Acciones Comunitarias a favor del Turismo accesible ha quedado recogido en la 'Comunicación sobre Igualdad de Oportunidades para Personas con Discapacidades', presentado por la Comisión Europea en Bruselas en 1996.

La Unión Europea (UE) continúa recomendando políticas a los Estados miembros encaminadas a mejorar la accesibilidad turística, como la comunicación de la Presidencia de la UE en Brujas, realizada el 2 de julio de 2001, donde se señala la necesidad del 'Turismo para todos', o la resolución adoptada el 15 de febrero de 2001 por el Comité de ministros en las que se recomiendan políticas basadas en el diseño universal.

En el ámbito nacional, en el año 2003 'Año Europeo de las Personas con Discapacidad' se firma el convenio de colaboración de Turismo para todos entre la Secretaría General de Turismo y el Comité Español de Representantes de Minusválidos (CERMI). Este convenio constituye en el Sector Turístico un importante paso para el desarrollo de ac-

incluir alojamientos accesibles de todas las provincias y de distintas categorías, de las zonas de costa, ciudades históricas, áreas rurales y de montaña, hoteles, paradores, casas rurales y campings.

También en el ámbito del Turismo para todos, es importante destacar la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT) en la que

culturales: la falta de conocimiento de las necesidades de las personas con discapacidad por parte de los profesionales del Turismo constituye una deficiencia para el desarrollo de productos y servicios turísticos adaptados.

En el informe 'Hábitos y actitudes hacia el turismo de las personas con discapacidad física (resultados de 2004)' realizado por PREDIF, se evalúa la percepción que tienen los españoles del trato recibido en los viajes realizados en el 2003. Los resultados arrojados son que el 72% de los encuestados percibe que el personal de los servicios turísticos conoce poco o nada las necesidades específicas que conlleva su discapacidad física.

No obstante las personas con discapacidad también quieren viajar, tal y como lo demuestra el mismo informe. A pesar de las dificultades y obstáculos encontrados durante el viaje debido a la poca disponibilidad de instalaciones de transporte y de Turismo accesibles, el 84% de los encuestados expresaron que les gusta viajar. Entre las motivaciones que tienen para viajar están hacer Turismo cultural (49,7%), prácticas e intereses deportivos (14,3%), disfrutar del campo o la playa (73,7%), descansar (79,3%), entablar relaciones sociales (63,7%), conocer sitios nuevos (79,5%), obtener una mayor libertad (46,5%), tener una oportunidad de autoconocimiento (55,2%), divertirse (91,1%), escapar de la rutina (89,3%).

Cómo conclusión entre las razones que debemos tener en mente y que justifican el atractivo del Turismo accesible destacamos:

— Segmento de mercado en crecimiento: el Turismo accesible se proyecta a un segmento de mercado que crece anualmente por cambios socio-demográficos y cambios en los hábitos de vida, tales como el fenómeno del envejecimiento de la población y la discapacidad ligada a la vejez, además de la creciente siniestralidad laboral.

— La captación de este segmento de Turismo accesible eleva la cuota de participación de mercado, aumentando los niveles de rentabilidad empresarial.

— Posicionamiento de la imagen de producto o servicio turístico como un producto de mejor calidad, que puede ser validado en España por la reconocida Q de calidad Turística.

Miguel Ángel García Oca es presidente de PREDIF.



ciones encaminadas a integrar las personas con discapacidad.

En relación al Turismo, el Primer Plan Nacional de Accesibilidad 2004-2012 ha definido dos líneas de actuación. Por un lado, la Estrategia 16, que define la adaptación, conservación y mantenimiento de edificios de uso público de titularidad privada; por otro la Actuación 1.601, que resume el programa de accesibilidad en establecimientos de ocio y Turismo.

En síntesis se contempla la adaptación de los establecimientos de restauración, espectáculos y residenciales como hoteles y apartamentos, así como el desarrollo de indicadores para el seguimiento de las acciones y las experiencias piloto.

Y se propone también una metodología y la elaboración de una primera guía de establecimientos públicos residenciales.

Esta primera guía ha sido elaborada por PREDIF, gracias al patrocinio de Fundación Vodafone España y Fundación ONCE. La Guía '100 alojamientos turísticos accesibles para todos', publicada en julio de 2007 recoge aquellos alojamientos españoles que presentan accesibilidad, tanto física como auditiva y visual. En ella se refleja la diversidad geográfica de la oferta turística española, que

**A pesar de que los primeros obstáculos encontrados son físicos, existen igualmente los culturales**

**La normalización del Turismo accesible significa que todos los actores implicados en el viaje lo sean**

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

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

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotelaría) / 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 (Consultoría Profesional) / José Ignacio Samper Montes (Arte e Ilustración) / Enrique Arenós 'Quique' (Humor)

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

FIRMAS: Vicente Blasco / Gerardo Díaz Ferrán / Ruperto Donat / Prisciliano Fernández / Enrique Fernández de Alarcón / Jesús Gatell / Joaquín Infante / Manuel López Colmenarejo / Antonio Llatas / José Manuel Maciñeira / Jesús Martínez Millán / Juan Andrés Melián / Ramón Mesonero-Romanos / Juan José Oliván / Pedro Pascual / José M. Rosell / Matil de Torres / Susana de Tomás Salvador / Ignacio Vasallo / Alfonso 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

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

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

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

### ▲ check-in / RENFE

#### El año de la Alta Velocidad

Renfe es, sin duda alguna, el transportista del año. El crecimiento de la red férrea de alta velocidad (cuya extensión en los próximos años será constante) ha venido acompañado de una eficaz e inteligente política comercial. Así, mientras determinadas compañías aéreas cuestionaban al agente, apostando por la desintermediación gracias a las reservas online en la Red, Renfe recuperó la deteriorada relación con el Sector y se aplicó en impulsar la distribución tradicional, mientras apostaba por Internet, donde se ha posicionado como transportista líder en España, desplazando al Grupo Iberia de esta posición.

El imparable avance de la alta velocidad en la ruta Madrid-Barcelona (una de las más transitadas y rentables del mundo) ha provocado a Iberia una merecida sangría de viajeros, y una no menos de beneficios, que quedará dramáticamente de manifiesto en su balance de este año.

Lejos de contar con las agencias como una fuerza de ventas aliada frente al asedio del tren, la mayoría de los agentes han contribuido a este cambio de rol, que en tan difícil situación pone a Iberia. Es la penúltima muestra del gravísimo error cometido por la Dirección de la aerolínea (del que NEXOTUR advirtió hasta la saciedad), al dilapidar su histórico ascendente sobre los agentes. Error en el que el presidente de Iberia insistió en noviembre, al asegurar al director de NEXOTUR que "no necesitamos a las agencias". Y de aquellas aguas, vienen estos lodos. Mientras tanto, el tren más que correr, vuela.

### Bueno, ¿y ahora, qué?

**S**E ACABA LA TEMPORADA. El período clave en las ventas de las agencias emisoras toca a su fin. Y la sensación generalizada es que, pese a la fuerte contracción sufrida del gasto del cliente, "se ha salvado el verano". Pero ahora la gran duda (por no hablar de convicción fatalista) es si ha sido el último verano, con el que se cierra un ciclo.

El cierre de un número indeterminado de puntos de venta (estimado entre el 5% y el 10%) afectará presumiblemente de manera especial a las franquicias. Este es el colchón que permitirá al Sector ir redimensionándose, para adecuar su tamaño a la reducción que sufre el mercado. Pero está por ver cómo afecta el tizeretazo a los márgenes (y, por tanto, a los ingresos de la agencia) al conjunto del Sector.

La resaca de la temporada de verano deja un histórico incremento de retrasos en los pagos, que muchos interpretan como morosidad latente. Pese a que la consigna de muchas grandes y medianas agencias ha sido "lo importante es cobrar, no vender". Las tensiones entre agencias y proveedores se han incrementado ante la condición de cobrar para seguir vendiendo.

Pero quizá lo más destacable es el ejercicio de autocontrol y de responsabilidad colectiva de buena parte del Sector que, al igual que ya ocurrió en las temporadas de invierno y Semana Santa, ha reducido este año el volumen de los productos lanzados al mercado. Por tanto, en no pocos casos es cierto que "se ha vendido todo", si bien las programaciones (número de plazas) también han sido menores que el verano anterior. Así, frente a la suicida expansión propiciada hace años tanto por el mayorismo (o la tuoperación) como por el transporte aéreo, en 2008 se ha impuesto la prudencia y el autocontrol, pero en modo alguno la concertación. Todo un signo de madurez del mercado emisor español.

Pese al aluvión de críticas recibidas, no sin razón, por la falta y el retraso de medidas anticrisis del Gobierno, es de justicia reconocer que sin la negación de Zapatero, es probable que las ventas del verano no hubieran sido las que finalmente se alcanzaron. Para el Turismo, esta tardía aceptación de la crisis ha resultado beneficiosa.

Está por ver si se confirma la conclusión de que las vacaciones han pasado de ser un lujo, para convertirse en un producto de primera necesidad. Como tantas veces se ha apuntado en la opinión editorial de NEXOTUR, el estrés se ha convertido en el mejor aliado del agente de viajes. No obstante, la compleja crisis que atraviesa nuestra economía se dejará notar en las próximas temporadas a lo largo de 2009.

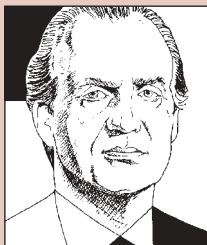
Sería un dislate hacer una previsión optimista para el corto y medio plazo: lo que queda de 2008 y el año 2009 serán ejercicios difíciles para nuestro mercado emisor. Pero, los ejercicios de catastrofismo, salvo para vender periódicos, sirven para poco y, en determinados casos, ni siquiera responden a la realidad. La comercialización turística, el mercado emisor español y las agencias de viajes, no están en cuestión. El impacto de la crisis no afectará a este Sector más que a otros. El dinamismo y la gran capacidad de adaptación (y de sacrificio) de los agentes de viajes son sus mejores avales de futuro.

Vender menos supone reducir o renunciar a ingresos, pero lo que aboca al cierre es el riesgo de impago. La morosidad, unida a la imposibilidad de recurrir a pólizas de crédito (ante el cierre del grifo crediticio a las pymes), son corsés que amenazan el futuro de determinadas agencias, tanto como la depresión de la demanda. Por eso, ahora más que nunca, la gestión racional determina no ya el resultado, sino el futuro de la agencia. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**Los ejercicios de catastrofismo, salvo para la prensa amarilla, sirven para poco: el futuro de las agencias no está en cuestión, aunque sí lo pueda estar el futuro de no pocos franquiciados**

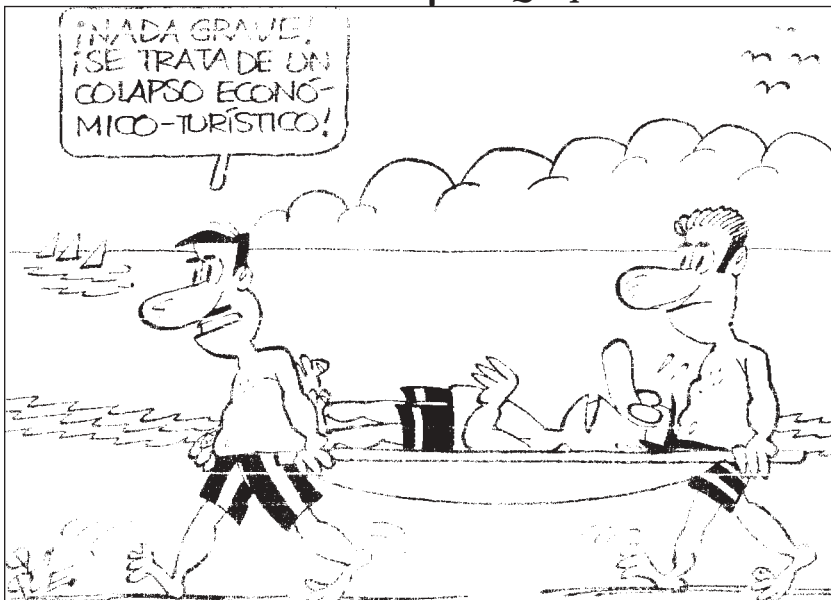
### ★ personaje de la semana / Juan Carlos I

Un año más, el Rey acepta la presidencia de honor de CIMET, en cuyo marco se reúne desde hace seis años con los ministros de Turismo de Iberoamérica y los líderes del Asociacionismo y destacados empresarios del Sector.



La nueva Conferencia Iberoamericana estará dedicada a impulsar la internacionalización de la hotelería independiente en estos destinos, y estrenará un nuevo más dinámico, que propiciará el diálogo de ministros y empresarios.

### ✿ la chispa / Quique



### ▼ check-out / AÉREAS

#### Crisis del mercado doméstico

El transporte aéreo doméstico sufre una cuádruple crisis, que amenaza con ponerlo al límite de su capacidad de resistencia, vital para el Turismo en el segmento emisor y en el receptivo.

Esta triple crisis afecta tanto a sus costes estructurales internos como a su capacidad competitiva frente a otros modos de transporte, sin olvidar la preservación de la libre competencia, y en un marco de fuerte reducción de viajeros.

El impacto del precio del petróleo (que llegó a suponer más de un tercio de los costes) unido a la creciente fiscalidad (tasas aeroportuarias), coincide con una situación de claro retroceso de la demanda, lastrada por la crisis del consumo.

No menos importante es el impacto del tren, redivivo gracias a la alta velocidad, que hurta cada vez más pasajeros en las rutas más rentables (como el Puente Aéreo) y en las demás. Las aerolíneas se lamentan de la competencia del tren, financiado con dinero público (a través de fondos estructurales procedentes de Bruselas). Aunque resulta chocante que quien más se lamenta sea, precisamente, el transportista que más dinero público ha consumido (una auténtica fortuna), en su época de compañía de bandera, haciendo *dumpling* a sus competidores.

Y lo más preocupante para agentes y clientes es la estrategia del Grupo Iberia para hacerse con el oligopolio del aéreo doméstico (sumando ya Iberia, Air Nostrum, Clickair y Vueling), que ahora da otra vuelta de tuerca en el ámbito internacional por la fusión con British Airways.

**Las estancias de españoles han aumentado un 17% en 2007 y nuestra meta más ambiciosa es que éstas alcancen un total de 3,3 millones de pernoctaciones en el año 2015 / Las Comunidades de Baleares y Canarias son los destinos españoles más solicitados por los turistas alemanes / Las agencias son nuestro principal canal de comercialización turística**

Alemania es un destino cada vez más atractivo para los turistas españoles. Si durante el pasado año la presencia de éstos se incrementó un 16,8%, el objetivo es que siga aumentando a lo largo del presente 2008, "llegando a superar incluso la media de turistas internacionales".

**P.- ¿Cuáles han sido los resultados en cuanto a la llegada de turistas y pernoctaciones en Alemania? ¿Qué evolución representa respecto a años anteriores?**

**R.-** En 2007 las pernoctaciones de los españoles en Alemania aumentaron un 16,8%, según las estadísticas oficiales alemanas. Destacable es que desde 1997 han aumentado las pernoctaciones de los españoles un 135%. Es un resultado excelente, que confirma la gran demanda que tiene Alemania como destino turístico. Nuestra meta más ambiciosa es alcanzar en 2015 un total de 3,3 millones de pernoctaciones.

**P.- ¿Cuál es el principal mercado emisor para el Turismo de Alemania? ¿Qué puesto ocupa España respecto al resto de países emisores hacia Alemania?**

**R.-** El primer mercado emisor para Alemania son los Países Bajos con casi nueve millones de pernoctaciones en 2007, lo que representa el 16,7% de todas las pernoctaciones extranjeras en 2007. El segundo mercado es Estados Unidos, con 4,6 millones de pernoctaciones, seguido por el Reino Unido, con 4,4 millones. Por su parte, España ocupa ya, desde hace varios años, el décimo puesto.

**P.- ¿Qué volumen de turistas alemanes ha elegido España como destino durante el pasado año? ¿Cuál es la evolución que ha seguido en los últimos años?**

**R.-** Según datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), España recibió en 2007 10 millones de turistas procedentes de Alemania, lo que supone un descenso leve de un 0,7%. Según ese informe, Baleares y Canarias son los destinos más solicitados. España siempre ha sido uno de los destinos preferidos por los turistas alemanes, peleándose por el primer puesto con Italia.

**P.- ¿Cuáles son los factores principales que han influido para la obtención de estas cifras?**

**R.-** Hay muy buenas conexiones aéreas entre España y Alemania, que contribuyen a traer muchos turistas alemanes hacia España, sobre todo hacia las Islas Baleares y a las Canarias. Ya desde hace algunos años, los españoles usan cada vez más las mismas conexiones para descubrir la oferta turística de

## «Alemania debe aprovechar los canales de venta e incidir en 'multichanneling'»

**Harald Henning / Director Oficina de Turismo en Alemania para España y Portugal**

Alemania. Además de éstas, Alemania es un país con muchas facetas, capaz de ofrecer paisajes, oferta cultural y gastronómica y, todo ello, a precios razonables y asequibles.

Alemania ya no es un país caro sino que, por el contrario, ofrece una excelente relación calidad precio.

**P.- ¿Cuáles son las previsiones para este 2008?**

**R.-** La previsión a nivel mundial es un crecimiento en las pernoctaciones de un 2%. El objetivo para España es crecer por encima de la media internacional. Lo importante es que desde enero hasta marzo, las pernoctaciones han registrado un crecimiento del 13,5%.

**P.- ¿Cuáles son los principales productos que componen la oferta turística de Alemania?**

**R.-** Entre otros, excelentes conexiones e infraestructuras, una fantástica relación calidad precio, una oferta artística y cultural de primer orden (segundo destino cultural en el mundo después de Francia), su oferta gastronómica de gran calidad (Alemania es el país con mayor número de restaurantes con estrellas Michelin), variedad de la oferta turística, y los valores tradicionales alemanes de fiabilidad y buen servicio. Asimismo, Alemania es el destino más importante para viajes de negocios y constituye el principal país de ferias en todo el mundo.

**P.- ¿Cuáles son las novedades que Turismo de Alemania ofrece**

para este año? ¿Qué otras novedades presentaron en la pasada edición de la feria GTM, celebrada en la ciudad de Munich?

**R.-** El tema central de promoción en Alemania para 2008 son los 'palacios, parques y jardines, Alemania romántica. Éstos suelen ser visitados por 20 millones de personas al año, y forman un producto ideal para complementar una estancia en Alemania — dentro o fuera de las ciudades o como destino para eventos culturales—.

**P.- Turismo de Alemania destaca este año la región de Baviera y especialmente, la ciudad de**



Munich. ¿Qué ofertas turísticas hay previstas al respecto?

**R.-** Para Munich, el año 2008 es una fecha muy especial, ya que la ciudad celebra su 850 aniversario. Y lo hace bajo el lema 'construir puentes' con toda una serie de eventos, espectáculos, fiestas y exposiciones. Arrancó el pasado 14 de junio con la fiesta de la fundación. Además y, por primera vez, el casco antiguo fue cerrado al paso de vehículos.

**P.- ¿Qué importancia tiene el Passion Play para el Turismo?**

**R.-** La Pasión de Oberammergau es muy conocida internacional-

mente, sobre todo en Gran Bretaña y los Estados Unidos. El Misterio de la Pasión es único en el mundo y muy importante para Alemania en el ámbito de viajes religiosos, que cada vez son más significativos. Los viajes religiosos en Alemania han ganado en popularidad, gracias, entre otras muchas cosas, al Papa, ya que es alemán. En este sentido, en el año 2010 tendrá lugar la 41 representación que los habitantes de Oberammergau siguen dando admirablemente continuidad cada década a través de los siglos.

**P.- ¿Cuál es la principal ciudad que eligen los españoles cuando van de Turismo a Alemania? ¿Cuál es su valor añadido?**

**R.-** En general los españoles viajan mucho a las ciudades alemanas. El 62% de las pernoctaciones se registran en las 'Magic Cities', una asociación compuesta por nueve ciudades alemanas. La ciudad más solicitada es sin duda alguna Berlín, que sólo en 2007 ha registrado 544.133 de pernoctaciones, un 39,4% más. Berlín está de moda en España, en parte porque tiene una oferta cultural espectacular, ambiente nocturno, fácil acceso y unos precios moderados.

**P.- ¿Qué papel juegan las agencias de viajes en la comercialización de los productos turísticos de Alemania?**

**R.-** Actualmente son nuestro principal canal de comercialización. El 70% de los viajes realizados a Alemania por españoles en el pasado 2006 se realizaron con una reserva anticipada del alojamiento y del vuelo. Y el 38% se hicieron a través de agencias de viaje, según los datos de IPK European Travel Monitor.

**P.- Teniendo en cuenta el contexto actual ¿Cuál cree que es el futuro del Turismo en Alemania?**

**R.-** Alemania tiene que llegar a ser el país más importante de Europa en cuanto a su excelente infraestructura de transporte. La tarea central del Turismo va a ser el desarrollo de las conexiones por avión, tren y carretera. Alemania debería reforzar su posición como segundo destino en viajes culturales a nivel europeo y aumentar la oferta turística basada en sus peculiaridades. Asimismo, Alemania tiene que fortalecer su posición extraordinaria también en cuanto al Turismo de salud, que cada vez tiene más importancia. El tema salud tiene que estar presente activamente en todos los sectores, desde tratamientos de belleza hasta bienestar o wellness. Para nuestros destinos turísticos en Alemania, será muy importante en el futuro avanzar en el proceso de internacionalización e invertir más en marketing en el extranjero. Eso significa que habrá que aprovechar consecuentemente más que nunca todas las vías de distribución y venta. En este sentido, el 'multichanneling' es nuestro lema sobre marketing de Turismo.

*España siempre ha sido uno de los destinos preferidos para los alemanes, junto con Italia*

*Alemania ya no es un país caro, sino que ofrece una excelente relación calidad precio*

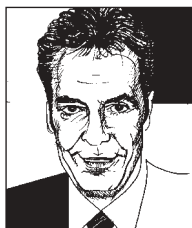
## Retos de futuro para el Turismo de Alemania

Las tendencias dentro del Turismo mundial pasan por un Turismo de relax y un Turismo cultural. El cambio sociodemográfico que se ha producido en los países emisores del Turismo, va a desempeñar un papel muy importante. Y por este motivo, ya estamos trabajando en preparar las ofertas correspondientes para poder satisfacer este tipo de de-

manda. La transparencia, la diversidad y la atraktividad de las ofertas, así como los viajes sin barreras, la individualización y la comodidad, la seguridad y, principalmente, el precio y la calidad, serán factores muy importantes de tener en cuenta. Igualmente será muy importante la imagen de

Alemania como destino turístico. Si queremos estar preparados para combatir la competencia internacional, cada vez más fuerte sobre todo desde Asia, tenemos que seguir creciendo en las llegadas inter-

nacionales más deprimida que la media europea. La dinámica del crecimiento llegará desde el extranjero. Alemania tiene que asegurarse en el futuro su liderazgo en viajes de negocios, especialmente frente a Asia, y aprovechar las ventajas de su ubicación. Además, el cambio climático provocará un desafío en el Turismo y, a largo plazo, tendremos que considerarlo en el desarrollo de nuestros productos.



CO HARALD HENNING

# escaparate

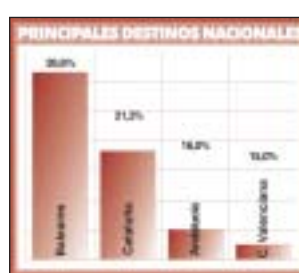
## Los viajes organizados disminuyen cerca del 14%

España experimenta el segundo descenso del número de turistas en lo que va de año. Además de esta disminución, también cabe destacar la caída del 14% de los visitantes llegados con viajes organizados. **Pág. 32**



## Las 'low cost' transportan un 13% más de pasajeros

Los turistas llegados a España a través de compañías de 'bajo coste' crecen un 13% en junio. De los seis millones de turistas que ha recibido España, casi el 50% ha elegido una aerolínea *low cost*.



## La actividad turística de Andalucía crecerá un 3%

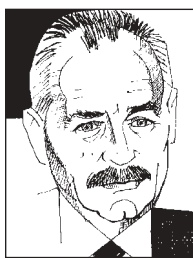
Andalucía estima cerrar el año con un crecimiento del 3%, según se desprende del Informe Anual de Turismo en Andalucía, elaborado por el Instituto de Análisis Económico Empresarial de Andalucía. **Pág. 10**

## ■ Prontuario

### El quinto pecado

**S**E TIENE LA tentación de no cuidar con toda atención la calidad de los servicios subcontratados en el día a día de un palacio de congresos.

Servicios básicos de la importancia de la restauración, limpieza y vigilancia. Sin nombrar cualesquiera otros servicios que se quieran subcontratar.



CLAUDIO MEFFERT

Y no lo digo desde el pliego de condiciones que desde luego deben estipular cada detalle, sino desde el concepto de atención personal que deben prestar y que es difícil poner por escrito. Para mí lo importante es la actitud y el hecho de ser parte del equipo global de un palacio.

El visitante, expositor, cliente, proveedor, llámese como se llame, tiene el derecho de ser atendido correctamente y con profesionalidad y el personal del palacio de congresos, el deber ineludible de dárselo.

Es por tanto, parte del todo y tiene, como tal, la responsabilidad compartida de la atención directa. El personal tiene que estar imbuido del estilo y atención personal que el palacio de congresos quiere prestar a sus visitantes.

Y eso es parte de la responsabilidad de los directivos del palacio de congresos, ya que una mala imagen de estos servicios repercute directamente en la apreciación final que recibe el visitante.

De todos es sabido que una mala imagen indirecta tiene la misma sensación negativa que una directa.

Y ahí reside el peligro, ya que, por creer que no es tan importante, se tiende a relajarse en la atención que se debe prestar a que en el palacio todo funcione bien siempre y en todas las circunstancias y sin excepción.

CLAUDIO MEFFERT es director del consejo asesor de Conexo.

# Maciñeiras: 'Se dan las condiciones necesarias para iniciar la negociación'

El tema a tratar en el encuentro, que está a falta de las confirmaciones, sería la unión asociativa

La unión asociativa, tan perseguida y a la vez necesitada por el Sector de las agencias de viajes, parece estar cada vez más próxima. Tras el

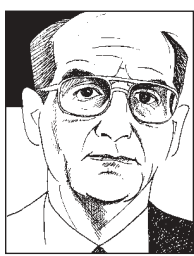
acercamiento de posturas entre AEDAVE y FEAAV, que coinciden en señalar que se dan las condiciones necesarias para iniciar una nego-

ciación, ahora es el turno de una reunión general de las Asociaciones, a sugerencia de AEDAVE, que podría celebrarse a finales de mes.

Un paso más en la búsqueda del Asociacionismo. Si el pasado mes de julio, tanto FEAAV como AEDAVE coincidieron en señalar que "se están



RAFAEL GALLEGO



JOSÉ M. MACIÑEIRAS

reando las condiciones necesarias para iniciar un proceso de negociación", en esta ocasión, el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, ha adelantado a NEXOTUR novedades sobre el asunto. Concretamente, tras la reunión de la asamblea general de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAVyT), Maciñe-

ras, que también preside esta Confederación, ha confirmado que ya han comenzado a trabajar con el objetivo de organizar a corto plazo una reunión general en la que participen las principales Asociaciones de agencias de viajes nacionales.

Aunque todavía no hay ninguna fecha oficial fijada para la celebración del encuentro, Maciñeiras ha confirmado que el momento idóneo para su organización sería "a finales del mes de septiembre", una vez finalizada la

temporada veraniega. Asimismo, el presidente de AEDAVE, que se ha mostrado esperanzado en que finalmente se celebre el encuentro, ha explicado que "actualmente nos encontramos en un momento idóneo, con un ambiente general más propicio que nunca".

### Voluntad real

Según explica Maciñeiras, "es posible lograr la unión asociativa", ya que se dan dos premisas fundamentales, como son "la voluntad real del Sector de agencias de viajes y la capacidad organizativa".

Además de AEDAVE, la otra gran impulsora de este encuentro será FEAAV, Federación que, según asegura su presidente, Rafael Ga-

llego, está volcada en lograr la "unión asociativa". En este sentido, Gallego ha mostrado su confianza en lograr un buen nivel de participación, ya que, "las noticias aparecidas en los diferentes medios de comunicación invitan al optimismo". Finalmente, el presidente de FEAAV ha abierto las puertas a "todas las Asociaciones del Sector de las agencias de viajes". No obstante, la puesta en marcha de una estructura que permita alcanzar la unidad asociativa, a partir de una posible plataforma formada por agencias de viajes tal y como se planteó en el congreso de UNAV del mes de julio, todavía sigue en el aire. Por lo que habrá que esperar a que se ambas Asociaciones continúen dando pasos para su consecución.

# La cifra de negocios del sector servicios del Turismo crece un 0,7% en el mes de mayo

El Sector de las agencias crece un 3%, frente al descenso del indicador general de actividad

La cifra de negocios del sector servicios ha caído un 2,2% en el mes de mayo, respecto a los datos del mes anterior. Entre los diferen-

tes segmentos analizados por el INE, el de las agencias de viajes ha registrado un aumento del 2,7%, frente al mes de abril, mientras

que el de la hostelería ha registrado un cierto estancamiento. El Transporte ha registrado una variación interanual negativa del 0,7%.

En el pasado mes de mayo, la cifra de negocios del sector servicios de mercado registraba una disminución interanual del 2,2% respecto al mismo periodo analizado en el año 2007. Entre los diferentes sectores estudiados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el de Turismo y el de Tecnologías de la información son los únicos que han registrado variaciones positivas, con el 0,7% y 1,2%, respectivamente.

Respecto al resto de sectores, el Comercio ha cosechado la caída más pronunciada, con un descenso del 3,2%, mientras que el Transporte y Servicios a empresas han registrado una variación interanual negativa del 0,7%.

Analizando en profundidad el Turismo, los dos segmentos en

los que basa su estudio el INE presentan evoluciones positivas, especialmente el Sector de las agencias de viajes, cuyo índice mensual de cifra de negocios ha crecido un 2,7% en dicho mes. Por su parte, la hostelería ha mostrado un cierto estancamiento, experimentando un crecimiento moderado de tan solo el 0,2%.

### Estancamiento en el empleo

Respecto al índice general de personal ocupado, en el mes de mayo el Instituto Nacional de Estadísticas señala que se observa un cierto estancamiento, con un aumento interanual del 0,5%.

Entre los cinco sectores analizados, el Turismo ha sido el único que ha empeorado las cifras



Las agencias de viajes han registrado un aumento cercano al 3%.

del mismo periodo del pasado año, con un descenso del 0,1%.

El motivo de esta caída se encuentra en el segmento de la hos-

telaría, que ha registrado una bajada de una décima, mientras que las agencias de viajes obtienen un incremento interanual del 0,3%.

## La Comisión publica la 'lista negra' de aerolíneas

La Comisión actualiza la 'lista negra' de aerolíneas que tienen prohibido volar hacia países de la UE. En la actualidad, la lista comunitaria prohíbe operar en la UE a todas las compañías aéreas de Guinea Ecuatorial, Indonesia, Kirguistán, Liberia, Sierra Leona, Suazilandia y la República Democrática del Congo, así como a las de Gabón, excepto a Gabon Airlines y Afrijet.

## Ifema reconoce que la crisis le está afectando

El presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, Luis Eduardo Cortés, ha asegurado que la institución se está viendo afectada por la crisis económica que atraviesa España. En este sentido, Cortés explica que "lo primero que hay que hacer es reconocer que existe un problema e identificarlo, porque si no se reconoce y no se identifica, raramente se podrá resolver".

## Terra Mítica podría triplicar los beneficios

El presidente del Consejo de Administración de Terra Mítica, David Lladró, ha afirmado que si se cumplen las previsiones para esta campaña, "el crecimiento va a ser mucho mayor que el del pasado ejercicio". De este modo, y si finalmente en agosto se cumplen los resultados esperados, "Terra Mítica podría triplicar los márgenes de beneficio de 2007", asegura Lladró.

## Travelocity prevé un crecimiento del 'online'

La desaceleración económica, que afecta de manera decisiva al Sector Turístico, puede presentar, sin embargo, oportunidades de crecimiento para algunos segmentos, como pueden ser las agencias *online*. Es el caso de Travelocity, propietario de Lastminute, considera este periodo como "una oportunidad para el Sector", asegura su presidenta, Michelle Peluso.

# Se mejoran las condiciones de la agencia por la retirada de las impresoras ATB

Se ha logrado reducir el coste que supone este proceso para las agencias

Las negociaciones emprendidas por el Sector con Amadeus han dado como resultado una ampliación de posibilidades respecto a la retirada de las impresoras de emisión de billetes de Amadeus. En este sentido, las agencias valoran como "muy positivo" el paso dado por Amadeus, así como su "apuesta por las agencias".

El paso de la emisión de billetes en papel a la nueva emisión en formato electrónico, lleva a la obsolescencia de muchas de las impresoras ATB de Savia que Amadeus tiene instaladas en las agencias de viajes para su uso. La petición realizada por las diferentes Asociaciones de viajes, entre ellas FEAAV, de buscar soluciones alternativas al proceso de retirada de estos aparatos, ha sido escuchada por Amadeus, que ha decidido ampliar las posibilidades de retirada de éstas aportando "soluciones más económicas", apunta el director comercial de Savia-Amadeus, Ramón Sánchez. Entre otros, se ha logrado una reducción del coste que supone este proceso para las agencias hasta los 90 o 95 euros, ya que en un primer momento, Amadeus solicitaba el pago de 143 euros por su retirada.

La retirada de las impresoras sólo se producirá en el caso de que la agencia solicite la baja definitiva de la misma, para lo que disponen de dos opciones. En el

caso de que quieran deshacerse de ella y no quieran realizar ningún pago a Amadeus, tienen la opción de realizar una transferencia de la propiedad gratuitamente, con un descargo de la responsabilidad en cuanto a la eliminación de la impresora conforme a la legislación de residuos por parte de la agencia. Si, por el contrario, prefieren devolvérsela a Amadeus, deberán abonar el coste de entre 90 y 95 euros a la compañía.

En el caso de que la agencia quiera seguir utilizando la impresora, lo podrá seguir haciendo normalmente. Por tanto, ahora le toca a cada minorista valorar sus posibilidades y ver qué solución es la más interesante económicamente para ella.

El Sector considera la medida como "muy beneficiosa", ya que supone "un ahorro importante en costes para las agencias de viajes", apunta el presidente de FEAAV, Rafael Gallego. Al respecto, Gallego recuerda que "hay agencias que tienen dos y tres impresoras", con el consiguiente



Sede de Amadeus en España.

gasto que su retirada supone. Asimismo, no hay que olvidar que este paso dado por Amadeus beneficia tanto a las pequeñas agencias independientes, como a las grandes redes verticales, que pueden tener en su haber cientos de estos aparatos. El presidente de FEAAV valora como "muy positiva" la iniciativa de Amadeus que, "una vez más, vuelve a realizar una apuesta decidida por el canal de las agencias de viajes".

# UCAVE defenderá el mercado de reuniones

La Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE) ha creado un nuevo grupo de trabajo que defenderá los intereses del segmento de Congresos, Incentivos y *Business* (CIB), que concentra el 20% de la facturación total de la Asociación.

Dada la importancia de este sector en Cataluña, la nueva junta directiva de UCAVE, que se constituyó en enero de este año, propuso la creación de un grupo de trabajo que defendiera sus intereses, al igual que se hizo con el grupo de Producto Propio, que concentra el 46% de la facturación de la Asociación. A partir de ahora, "se plantearán los principales problemas que afectan al mercado de reuniones", señala Serra.

UCAVE ha manifestado que el CIB "representa un segmento importante del Turismo en Cataluña, que tiene gran incidencia en la economía catalana y supone también uno de los factores que más determinan la imagen del país". Por ello, este grupo de trabajo ha nacido para convertirse "en un referente de la denuncia de problemas y la elaboración de propuestas relacionadas con este ámbito del Turismo".

En este sentido, la intención de la Asociación es que este grupo

de trabajo se reúna tres o cuatro veces al año de forma ordinaria para tratar los temas más importantes del mercado de reuniones y no descarta que de forma extraordinaria existan encuentros para analizar situaciones específicas. Además, y siguiendo con el objetivo de la asociación de estar "próximo al Asociado" y su carácter formativo, el grupo CIB mantendrá al día al profesional sobre las últimas informaciones y novedades del sector.

El mayor problema que tiene actualmente el mercado de reuniones de la Ciudad Condal, según ha señalado UCAVE, es la concentración de aerolíneas de 'bajo coste' en el aeropuerto de El Prat, ya que dificulta las conexiones aéreas, sobre todo, internacionales. En este sentido, Serra pone el ejemplo del último Mobile World Congress, celebrado en la Fira de Barcelona, donde la institución ferial recogió las 'quejas' de algunos ponentes por las dificultades para llegar a la ciudad. Del mismo modo se manifiesta el gerente de UCAVE, Alfons Cuadrillero, que se muestra "preocupado por el gran crecimiento de las *low cost* en Barcelona, mientras que las aerolíneas tradicionales están abandonando El Prat".

# Baleària augura un auge del transporte marítimo

El presidente de Baleària, Adolfo Utor, considera que el encarecimiento de precio del combustible, unido a la incipiente preocupación de la sociedad española por el cambio climático, "supondrá el relanzamiento del barco como medio de transporte turístico". "Se trata, en definitiva, de abandonar modelos basados en compulsivos desplazamientos transoceánicos" y apostar por un Turismo que explore nuevas fronteras del concepto vacacional que, por ejemplo, "incorpore la propia travesía como un elemento en positivo", afirma Utor.

En este sentido, el presidente de Baleària recuerda que el trabajo de la compañía marítima viene de años atrás. Concretamente, hace cinco años, Baleària impulsó un programa de I+D+i para disponer de barcos más eficientes desde el punto de vista energético. Esta iniciativa se ha traducida en la incorporación a la flota de cuatro nuevos buques



Barco Martín i Soler de Baleària.

—tres de los cuales estarán operativos antes del próximo verano—, para cuya construcción se ha destinado 350 millones de euros. Finalmente, Utor alude a un reciente informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el que se atribuye al transporte aéreo el 75% de la contribución de la actividad turística al cambio climático.

# Bartoli: 'Confío en que la recesión no afecte al Turismo como a otros sectores'

El presidente de Gecotur cita la mala gestión de El Prat como un gran obstáculo

Corren tiempos difíciles para el Sector Turístico catalán. Tanto la llegada de turistas nacionales como de extranjeros han comenzado a descender.

Ante esta situación, Gecotur identifica varios aspectos claves que podrían variar esta tendencia, como por ejemplo, una mejor gestión de El Prat.

Ante la creciente necesidad de una voz única que defienda los intereses generales del Sector Turístico catalán, la Asociación Catalana de Ejecutivos, Directivos y Empresarios (Acede), creó el pasado 1 de abril la plataforma Gecotur, que "trasladará ante la administración, los agentes sociales y los medios de comunicación, las problemáticas comunes que afectan al Sector". Con estas palabras define el presidente de Gecotur, Francesc Bartoli, una de las principales premisas en las que se fundamenta la actividad de la nueva plataforma turística.

Pese a estar operativa durante un periodo inferior a seis meses, Gecotur, que cuenta en la actualidad con aproximadamente 30 aso-

ciados —entre los que se encuentran directivos de algunas de las empresas más representativas del Sector catalán—, se ha marcado varias metas para fortalecer el "principal motor económico de la Comunidad", explica Bartoli. Entre éstas, el presidente de la Asociación destaca la adecuación de las infraestructuras para acoger el elevado número de visitantes que reciben.

Por ejemplo, el aeropuerto de El Prat, cuya "mala gestión" ha conllevado una gran pérdida de vuelos de calidad, "perjudicando además a las agencias de viajes, ya que no han podido comercializar determinados 'paquetes' turísticos debido a la falta de conexiones existentes", señala Bartoli. Además del aeropuerto, "que ne-

cesitaría unas infraestructuras equiparables a la de otros destinos europeos", el presidente de Gecotur también critica la actual situación del puerto, "que se está quedando pequeño", así como a Renfe, asegurando que "no cumple las expectativas esperadas".

Más allá de esta reivindicación, Gecotur tiene marcados diversos objetivos con un fin común, convertirse en una plataforma que defienda los intereses de todo el Sector. Entre éstos, Bartoli destaca el "asesoramiento a los diputados, el fomento de la interrelación entre los asociados y la realización de reuniones con miembros de la Consejería de Turismo, ayuntamientos y otras entidades relacionadas con el Sector".

## Vuelos de 'bajo coste' con las tarjetas de Amex

American Express y Vueling han firmado un acuerdo de colaboración por el cual los titulares de tarjetas Amex podrán realizar la compra de los billetes de Vueling a través de todos los canales de venta de la aerolínea: Internet, vía telefónica y agencias de viajes. El acuerdo responde a una demanda creciente de vuelos económicos de los clientes de American Express.

## Las agencias de viajes lusas crecen un 10%

La facturación conjunta de los principales segmentos que componen la actividad turística portuguesa ha alcanzado 6.260 millones de euros. Por sectores, el de agencias de viajes es uno de los que mayores cuotas de mercado concentra, situada en el 33%. Asimismo, las agencias lusas han experimentado un crecimiento del 9,6% respecto al mismo periodo de 2007.

## Existen ocho clases de turistas en el emisor

La Universidad Rey Juan Carlos ha elaborado un estudio, en el cual distingue entre los diferentes tipos de turistas según las motivaciones que les mueven a viajar. Entre los ocho tipos de turistas, el estudio destaca al viajero que se desplaza cuando tiene vacaciones y elige destinos de moda y al que sale con la intención de conocer la cultura del destino.

## Ausbanc advierte de los fraudes con tarjetas

La Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc) ha señalado que el 70% de las reclamaciones en septiembre y octubre tienen que ver con fraudes cometidos con tarjetas de crédito. El delegado de Ausbanc en Málaga, Alfredo Martínez, recuerda que el responsable es la entidad bancaria, ya que no invierten "lo suficiente en seguridad".

# El 'deterioro económico' acelerará el comienzo del Plan Horizonte 2020

La secretaría de Estado ha reconocido la 'debilidad' del turista nacional

**El Gobierno está acelerando la puesta en marcha del Plan de Turismo Horizonte 2020, que ya ha ejecutado "en cerca de un 78%" en lo previsto para 2008, ante la situación de "deterioro económico" de los últimos meses en España, según ha indicado el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.**

"La situación actual no nos está despistando", señala el secretario de Estado, Joan Mesquida, puntualizando en que "lo que tenemos que hacer es poner mayor énfasis en la rapidez". Mesquida agrega que el Sector Turístico tiene "fortaleza", ya que ha habido "muchos años" de crecimiento.

El Plan Horizonte 2020 va a ser la "guía", a juicio de Mesquida, más allá del reforzamiento "coyuntural" de la promoción en aquellos destinos en los que la situación se en-

cuente "peor". En este sentido, desde la Secretaría de Estado se recuerda que el Gobierno "ya está trabajando desde hace tiempo" en aspectos incluidos en el plan, como la desestacionalización, la mejora de las infraestructuras turísticas y el Turismo social europeo.

El secretario de Estado de Turismo considera que, en cuanto al Turismo internacional, España "sigue manteniendo una fortaleza", recordando que se cerrará el año con un aumento de los turistas.

La Administración turística reconoce que la desaceleración está causando mella en el antaño 'motor' del Turismo en España. Aunque Mesquida admite cierta "debilidad", recuerda que los datos hechos públicos referentes a la ocupación hotelera ponen de manifiesto un incremento del 1,5% en el primer semestre del año. Si bien el mes de junio fue un "mal mes", el Turismo está "resistiendo mejor" la situación de deterioro económico que atraviesa España.

# La Generalitat invierte en el Turismo de la región

El Turismo genera 340.000 empleos en la Comunidad

Frente a los descensos experimentados por algunas Comunidades en los últimos meses, como por ejemplo Canarias y Cataluña, la Comunidad Valenciana ha logrado algo que no ha estado al alcance de muchas regiones, mejorar las cifras del pasado año. Entre los factores determinantes que han concedido un gran impulso al Sector Turístico valenciano, cabe destacar la celebración de grandes eventos deportivos y el gran trabajo desarrollado por la Generalitat.

Una muestra de esta preocupación por el Turismo es el Plan de Competitividad turístico, con el que se pretende reactivar la eco-

nomía. Entre los objetivos del mismo, que contará con una inversión de 30 millones de euros en el periodo 2009-2011, se encuentra la colaboración de los agentes públicos-privados, la flexibilidad de su puesta en marcha y el fomento de la innovación y la sostenibilidad.

En referencia al citado plan, cuyo objetivo también será la promoción en el extranjero, el presidente de la Generalitat, Francisco Camps, destaca la importancia del Turismo en la Comunidad Valenciana, ya que en la actualidad aporta el 13,3% del producto PIB, generando más de 330.000 empleos, lo que supone el 14,6% de los puestos de la región.

# La segmentación como vía para salvar la crisis

Las familias, los amigos, las parejas y los solteros son los cuatro modelos de turistas que se perfilan como "motor del Turismo" durante los próximos años, según concluye un estudio elaborado por la consultora Daemon Quest. En este escenario, la consultora apunta a que todos los actores que conforman el Sector "deben afrontar el desafío de innovar en sus propuestas y adaptarlas al auge de estos nuevos perfiles".

En este sentido, la consultora establece cuatro categorías, diferenciando entre 'padres agotados',

'amigos', 'medias naranjas' y 'singles', que, en definitiva, son los perfiles de turistas que presentan "mayor potencial de crecimiento".

Daemon Quest calcula que estos cuatro segmentos generan ya el 25% de los ingresos del Sector, y no duda en afirmar que "esta cifra llegará a duplicarse en cinco años". De manera que "es vital que todos los agentes involucrados en la cadena de valor del Sector apuesten por estrategias de segmentación, que pasen por adaptar sus ofertas a las necesidades de estos nuevos perfiles", concluye.

# Enópolis Consulting perfila el proyecto del 'primer' parque temático del vino

A medio camino entre Logroño y Vitoria, se ubica Labastida, localidad que se caracteriza esencialmente por la relación histórica con el mundo del vino. Las cualidades de este paraje, así como la virginidad que caracterizan sus tierras plagadas de viñedos, convierten a Labastida en el escenario idóneo para la potenciación del Turismo enológico. Por ello, la firma Enópolis Consulting, a petición previa del Ayuntamiento de la localidad alavesa, ha diseñado el anteproyecto del que podría ser el "primer parque temático de vino".

El complejo turístico "costaría 7,5 millones de euros, con una superficie de 30.000 metros cuadrados". Así lo explica uno de los responsables de Enópolis Consulting, Iñaki Larreina, quien afirma que su construcción ayudaría a potenciar un segmento turístico necesitado de ofertas diferentes.

En este sentido, Larreina destaca que España necesita crear una oferta distinta, ya que el Turismo enológico se compone prácticamente de visitas a bodegas. Ante esta carencia, el Parque del Vino Rioja completaría la oferta, ya que



Labastida es un escenario idóneo.

los visitantes podrían profundizar en el mundo del vino, obteniendo al mismo tiempo una visión global de Rioja como destino enológico.

**La airberlin Counter Card – ¡Te premia!**

¡Colabora con nosotros y consigue vuelos gratis!

- Con 10.000 € min. 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 € min. 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](mailto:agencias@airberlin.com),  
Tfno.: 971 44 86 86 o en [partner.airberlin.com](http://partner.airberlin.com)



# Las principales aseguradoras facturan más de 100 millones en 2007, un 21% más que en 2006

Por primera vez, las cuatro aseguradoras alcanzan una facturación de tres dígitos, liderando Europea de Seguros el 'ranking'

El 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes' muestra que las principales aseguradoras obtuvieron en 2007 una facturación conjunta de más de 110 millones

de euros. Dicho resultado, expresado por primera vez en tres dígitos, se traduce en un incremento del 21% respecto al ejercicio anterior. No obstante, la crisis del Sector

también se ha dejado notar en el segmento de los seguros de viajes, ya que se trata de un crecimiento inferior al alcanzado por las mismas aseguradoras en 2006 (27,8%).

## RANKING NEXOTUR DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS DE VIAJES

EMPRESAS	VENTAS 2007	VENTAS 2006	2007/06	VENTAS 2005	2006/05	VENTAS 2004	2005/04	VENTAS 2003	2004/03	VENTAS 2007/ EMPLEADOS 2007	VENTAS 2007/ ASEGURADOS 2007
1 Europea de Seguros	45,0	38,2	17,8%	30,0	27,3%	25,2	19,0%	19,8	27,3%	SD	5,5
2 Europ Assistance	37,2*	32,2	15,6%	25,6	25,8%	20,0	28,0%	15,3	30,7%	0,05	5,1
3 Mondial Assistance	15,5	11,0	40,9%	7,0	57,1%	5,4	29,6%	4,5	20,0%	0,91	5,5
4 Intermundial	13,2	10,2	29,4%	9,1	12,1%	8,3	9,6%	8,1	2,5%	0,35	6,0
<b>TOTAL</b>	<b>110,9</b>	<b>91,6</b>	<b>21,1%</b>	<b>71,7</b>	<b>27,8%</b>	<b>58,9</b>	<b>21,7%</b>	<b>47,7</b>	<b>23,5%</b>	<b>0,15</b>	<b>5,38</b>

Fuente: Nexodata y empresas. Las ventas figuran en millones de euros. SD: Sin Dato. \*: Estimación.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

Las cuatro principales aseguradoras que operan a nivel nacional alcanzaron en 2007, y por primera vez, una facturación de tres dígitos. De manera conjunta, han ingresado aproximadamente 110 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 21% respecto a los datos del ejercicio anterior, tal y como demuestra el 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes'. No obstante, se trata de un incremento inferior al experimentado un año antes, cuando se rozó el 28%.

El ranking no muestra variaciones en cuanto a los puestos que ocupan cada una de las compañías aseguradoras, y lo más relevante es que todas han registrado incrementos. Nuevamente, Europea de Seguros se coloca en la primera posición, con 45 millones de euros facturados, aunque ha sido Mondial Assistance la compañía aseguradora que mayor incremento ha registrado durante el último ejercicio, próximo al 41%. En cualquier caso, la ralentización por la que atraviesa el Sector motivada por la crisis económica, también se ha dejado notar en cuanto a la contratación de seguros de viaje, ya que se ha producido un descenso conjunto de la ratio de beneficio por número de asegurados, pasando del 5,49 al 5,38 en el ejercicio pasado.

### Líder de la tabla

Como en años anteriores, Europea de Seguros continúa liderando el ranking de aseguradoras de viajes. Durante el ejercicio pasado, Europea facturó un total de 45 millones de euros, lo que supone un incremento del 17,8% respecto a los datos del año anterior. De este modo, la aseguradora dirigida por David Hernández logra salvar la crisis y continuar con la senda del crecimiento iniciada hace ya tres años. "Estamos muy satisfechos con estos resultados y esperamos que la tendencia se mantenga durante este año", explica el director general de Europea. "La excelente evolución

de Europea de Seguros en 2007 es fruto de su rápida adaptación a las nuevas necesidades del mercado y de los viajeros finales", apunta. Y las previsiones para el presente 2008 son igualmente positivas. Hernández adelanta una valoración sobre los resultados del primer trimestre del año y afirma que éstos "han superado las expectativas". No obstante, "estamos observando una cierta ralentización durante el periodo estival debido a la crisis, cada vez más patente". Aunque Hernández prevé "un comportamiento razonable que permita superar los 50 millones de euros en facturación".

Por su parte, Europ Assistance aparece en el segundo lugar de la tabla, con una cifra aproximada de facturación de 37 millones de euros. A cierre de esta edición, la compañía aseguradora no ha facilitado los datos necesarios para la elaboración del ranking anual, por lo que hemos procedido a realizar una estimación de crecimiento, en base al incremento conjunto del resto de compañías aseguradoras.

### El mayor incremento

En el tercer puesto de la tabla se sitúa Mondial Assistance, con

una facturación que alcanza 15,5 millones de euros en el ejercicio 2007. Dicho resultado ha supuesto un aumento del 40,9% respecto a los datos del año anterior, cuando al aseguradora alcanzó unos ingresos de aproximadamente 11 millones de euros. En total, han sido más de 1,7 millones los viajeros asegurados durante el último año. En cualquier caso, cabe señalar que el incremento experimentado por la aseguradora en 2007 se traduce en una ralentización, ya que ha sido inferior al alcanzado en el año anterior, situado en un 57,1%. Al respecto, el director general del

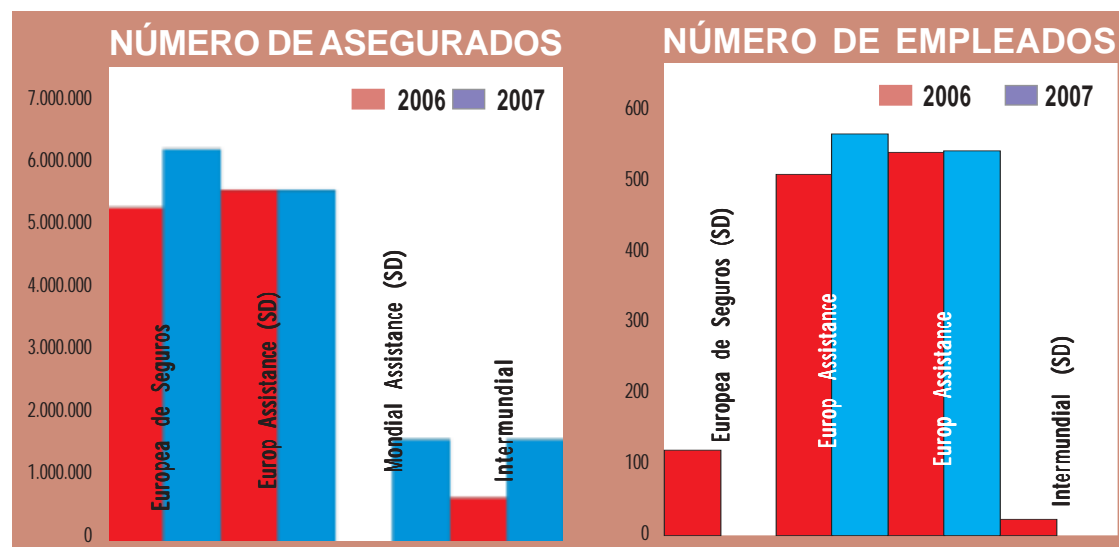
Grupo Mondial Assistance, Rémi Grenier, ha declarado que "seguimos creciendo en todos los continentes y en todas nuestras actividades, de una manera rentable y sobre todo saludable".

Asimismo, el consejero delegado del grupo, Claudio Pleviani, señala que "la evolución en cuanto a la compra de viajes y billetes a través de Internet, unida a la importancia que está adquiriendo este canal de distribución, hacen que las ventas de seguros de viajes a través de las agencias online suponga ya el 61% de las ventas totales para Mondial Assistance".

Respecto a las previsiones de crecimiento, Grenier afirma que "año tras año, sentamos las bases de nuestro crecimiento para responder a las nuevas necesidades del mercado en ámbitos como el comercio electrónico y la asistencia a personas, así como el desarrollo de nuevos mercados en países como Brasil, India, China, Rusia y ahora México". Y destaca que "este crecimiento nos permite reforzar nuestra posición como empresa líder mundial, con el objetivo de alcanzar 2.000 millones de euros de cifra de negocio para el año 2011".

### Casi 30% de incremento

En el último lugar del 'Ranking NEXOTUR de compañías de seguros de viajes', aparece nuevamente Intermundial, cuya facturación ha alcanzado en el último ejercicio un total de 13,2 millones de euros, una cifra superior a los 10,2 millones de euros facturados de 2006. En última instancia, esta evolución se traduce en un incremento del 29,4% lograda en el último ejercicio, que viene a confirmar la buena marcha iniciada por la compañía aseguradora desde el año 2006. Desde esa fecha, Intermundial está logrando unos incrementos por encima del 10%. Cabe señalar que, en total, han sido 1,7 millones de personas las aseguradas durante el último año por la compañía aseguradora.



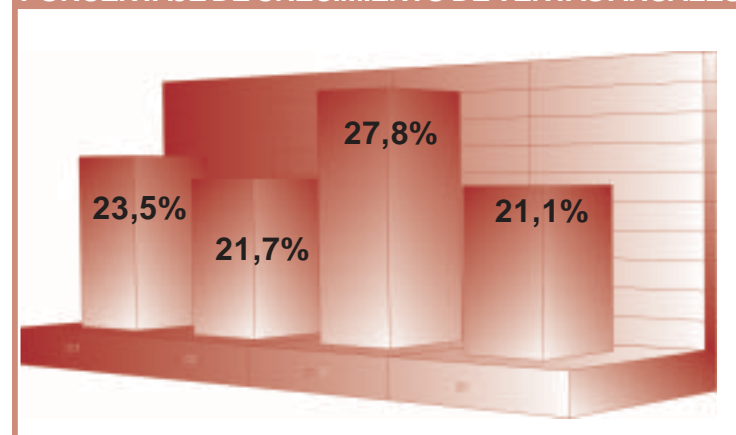
Fuente: empresas. SD: Sin Dato.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

### La facturación total alcanza 100 millones

Por primera vez desde la realización del 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes', las cuatro primeras aseguradoras han superado los 100 millones de facturación. No obstante, el crecimiento conjunto ha sufrido una caída de más de seis puntos porcentuales. Aunque, teniendo en cuenta la ralentización por la que se atraviesa el Sector Turístico, el incremento es más que interesante.

### PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE VENTAS ANUALES



Fuente: Nexodata y empresas.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

## CEIM: 'El reto de las agencias pasa por cuidar al nuevo turista online'

Las nuevas tecnologías, y sobre todo Internet, han dado lugar a un nuevo tipo de turista, caracterizado por ser independiente, estar informado y ser más exigente, y es a él a quien deben dirigirse las agencias de viajes "para seguir siendo competitivas". El presidente de la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), Arturo Fernández, asegura que la competencia que ha supuesto Internet a las agencias en los últimos años, ha dado lugar a un nuevo turista al que hay que "cuidar". Ahora "el turista es el rey", sostiene Fernández. En este sentido, las "administraciones y organizaciones empresariales tenemos que ayudar a que las empresas se adapten a esa nueva realidad para poder competir, sobre todo a las pequeñas y medianas", señala el presidente de CEIM.

Desde el punto de vista de la capital, "la innovación y el desarrollo tecnológico están muy presentes en nuestras empresas", sostiene Fernández. Se trata de una innovación que "utilizamos como factor para introducir mayor calidad en nuestra oferta turística y mejorar la competitividad del conjunto del Sector".

Al respecto, el presidente de CEIM recuerda que, a pesar de la crisis, "el Sector Turístico madrile-

ño ha mantenido en los primeros meses de 2008 una tendencia positiva, que sigue siendo superior a la media nacional". No obstante, el Turismo de la capital no está exento de los efectos de la crisis, por lo que también "se han apreciado signos de desaceleración, aunque de mucha menor intensidad que en otros sectores". Todo ello permite ser "relativamente op-

timistas sobre las perspectivas de crecimiento para el conjunto del año", vaticina Fernández. Cabe recordar que "Madrid lidera el crecimiento del Turismo a nivel nacional", con una contribución del 10% del PIB nacional y un total de 9,3 millones de turistas recibidos en 2007 y un crecimiento del 7,8% respecto al año anterior, recuerda el líder de CEIM.

## Europea recomienda un seguro para viajar a EE UU

La fortaleza del euro frente al dólar ha convertido a EE UU en un destino mucho más asequible para los turistas europeos. Un claro ejemplo fue la pasada Semana Santa, en la que "las aerolíneas españolas agotaron todas sus plazas para volar a Nueva York", aseguran desde Europea de Seguros.

Por ello, la aseguradora advierte de la importancia de contratar

un seguro con una cobertura más amplia de lo normal, para poder hacer frente a los altos costes de la asistencia sanitaria en EE UU, que pueden ir de los 150 euros de una consulta médica básica a los 30.000 euros de una operación por apendicitis. Europea recomienda una póliza con una cobertura en gastos médicos mínima de 20.000 euros ampliable a 50.000 euros.

## Desciende el número de turistas británicos

La estabilidad política y su asequible precio, especialmente en los 90, catapultó a España hasta convertirla en uno de los destinos más visitados por los turistas europeos. Esta posición podría verse en peligro por el empuje de nuevos destinos, como Turquía, Egipto y Croacia. Un ejemplo es el mercado británico. La depreciación de la libra esterlina frente al euro ha provocado un encarecimiento de los viajes al destino España, dejando así paso a otros enclaves de 'sol y playa', como Turquía. Esta es una de las conclusiones del estudio de la agencia británica Cooperative Travel Company, basada en más de 200.000 encuestas.

Entre sus clientes, se aprecia un cambio respecto a la tendencia mantenida en los últimos años, con un importante aumento de las reservas de viajes a Turquía, desplazando a España a un segundo plano. Según sus estimaciones, mientras que las reservas a Mallorca se han reducido en un 13%, las ventas de 'paquetes' turísticos con destino Turquía se han incrementado un 30%.

El principal motivo del cambio podría encontrarse en los menores costes del país turco, unas 100 libra esterlinas inferior. Asimismo, la caída de reservas hacia destinos del Mediterráneo occidental también obedece a un recorte de la oferta en el mercado británico tras las recientes fusiones de los mayores operadores, como los casos de la fusión entre Thomas Cook y MyTravel y la de Thomson con First Choice.

BUENOS AIRES SANTIAGO DE CHILE SANTA CRUZ DE LA SIERRA LIMA GUAYAQUIL QUITO  
BOGOTÁ SAN JOSÉ DE COSTA RICA LA HABANA ROMA PARÍS LONDRES MADRID

Nosotros ponemos el avión  
y los mejores servicios



De las experiencias te encargas tú

Sabemos que volar es mucho más que montar en avión. Por eso, queremos que disfrutes de los **destinos** más variados, las **frecuencias** de vuelo que mejor se adaptan a tu ritmo de vida y los **precios** más apetecibles. Conseguir que tu viaje sea inolvidable, ya es cosa tuya.

**aircomet**  
volar es más



Infórmate en tu **Agencia de Viajes**, en [www.aircomet.com](http://www.aircomet.com) o en [902 380 350]

## La actividad turística andaluza crecerá un 3%

Andalucía estima cerrar 2008 con un incremento del 3% de la actividad turística, según el estudio realizado por el Instituto de Análisis Económico Empresarial. Éste recoge la valoración de los agentes del Sector sobre las expectativas turísticas, donde el 41,4% considera que el crecimiento será "similar" al de 2007 y un 24,3% cree que las tasas de aumento serán "mayores".

## La exención de visado no se cumple en ciertos casos

El vicepresidente de la Comisión Europea, Jacques Barrot, ha anunciado que propondrán "medidas de represalia" contra EE.UU., Japón, Panamá y Singapur en caso de que sigan sin respetar el principio de reciprocidad de exención de visado acordado. El ejecutivo comunitario considera que los principales afectados son los nuevos países de la Unión Europea, Rumanía y Bulgaria.

## Ibiza potencia mercado de reuniones en la isla

El Consell de Ibiza tiene previsto presentar este mes una oferta completa y unificada del mercado de reuniones en la isla. Así, la institución quiere apostar fuertemente por este tipo de Turismo. Tras la presentación, desarrollará una serie de acciones promocionales con agentes turísticos con poder de decisión para la sede de una reunión y la asistencia a las ferias especializadas.

## Meliá crea turoperador para mercado peruano

Sol Meliá, a través de su turoperador Solways y la mayorista peruana Kiss Travel, lanza un turoperador para el mercado peruano. Kiss Solways Perú tendrá el objetivo de comercializar viajes hacia los principales destinos caribeños y americanos, "ofreciendo servicios de calidad y garantizando estancias en las mejores cadenas internacionales", indica el turoperador.

# La Conferencia Iberoamericana 'se reinventa' y el Rey acepta presidir la nueva Conferencia

El Grupo NEXO rediseña el formato y contenido del gran encuentro anual del Turismo de España e Iberoamérica

CIMET se reinventa, mientras Juan Carlos I ha aceptado, por séptimo año consecutivo, la Presidencia de Honor. Un nuevo formato, más dinámico y participativo, dotará de

mayor eficacia a la Conferencia Iberoamericana, que en su decimosegunda edición estará dedicada a la internacionalización de la hotelería independiente en Iberoamérica.

A la tradicional participación de la CEOE y su Consejo de Turismo, se sumará el año próximo el Sector Hotelero, a través de CEHAT. Su presidente dictará la ponencia-marco.

"El objetivo es que CIMET impulse una segunda oleada de inversiones de la hotelería española en Iberoamérica, pero en esta ocasión a cargo de la hotelería independiente", en palabras de los presidentes de la CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz. Objetivo en el que el Comité Organizador de la veterana Conferencia Iberoamericana coincide con el Gobierno de España y, por supuesto, con las entidades colaboradoras en la organización, CEOE y FITUR.

El nuevo formato de CIMET, (que incluye un cambio de imagen e incorpora un rediseño de las complejas mesas presidenciales del evento), potencia el diálogo y la interrelación entre los ministros de Turismo de Iberoamérica y los empresarios del Sector. Así, líderes del Asociacionismo Hotelero y propietarios o directores generales de la hotelería independiente preguntarán públicamente a los ministros, que respon-

derán al tiempo de exponer los planes e incentivos a la inversión hotelera española en sus destinos.

Esta fórmula, que asegurará un mayor dinamismo para una Conferencia, que cuenta con medio centenar de intervenciones, se suma a la concentración de los dos actos protocolarios (inauguración y clausura oficiales) en sólo uno, al objeto de dedicar más tiempo a propiciar el diálogo y el contacto entre ministros y empresarios.

### Nuevo 'workshop' inverso

Un excepcional *workshop* inverso, en el que los ministros recibirán durante diez minutos a casi un centenar de hoteleros españoles, es el proyecto en el que trabaja el Grupo NEXO, entidad organizadora de CIMET, en colaboración con la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), con la Feria Internacional de Turismo.



Dos centenares de empresarios y personalidades del Sector participarán en la Conferencia Iberoamericana.



## El Rey de España con los ministros y empresarios participantes en CIMET

Un año más, Don Juan Carlos se reunió con el Sector, en el marco de CIMET. Audiencia en el Palacio Real. Fila inferior: Joan Gaspart (HUSA), José Luis Prieto (UNAV), Julio Orozco (Guatemala), Oscar Rueda (Colombia), Manuel Marreero (Cuba), Liliam Kechichian (Uruguay), Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada (copresidentes de CIMET), el Rey de España, secretario de Estado de Comercio, Marta Suplicy (Brasil), Mercedes Araoz (Perú), José R. Rochi (El Salvador), Carlos E. Meyer (Argentina), Carlos R. Benavides (Costa Rica). Fila intermedia: Felipe Navío (AECA), Julio C. Abreu (OPC-España), Javier Gómez-Navarro (Cámaras), Mario Salinas (Nicaragua), Ricardo Martínez (Honduras), Luis E. Cortes y José M<sup>a</sup> Álvarez del Manzano (Ifema), Gerardo Díaz Ferrán (CEOE), Gonzalo Pascual (CEOE-Turismo), Arturo Fernández (CEIM), Salvador Santos Campano (Cámara Madrid) y Rodolfo Elioizondo (México). Filas superiores: Joan Molas (CEHAT), Lorenzo Chacón (Asintra), Miguel Mirones (ICTE), Ramón Estalella (HOTREC), Jesús Gatell (AEHM), David Hernández (Europea), Juan Andrés Melián (Mesa del Turismo), José Luis Carrasco (AEPT), Matilde Torres (Catai), Vicente Blasco (ECTAA), Fermín Lucas (Fitur), Paul de Villiers (Amadeus), José Manuel Maciñeiras (AEDAVE), Antonio Llatas (Avis), Jesús Martínez Millán (FEAAV), Enrique de la Lama (CEOE), Ignacio Pascual (Air Comet), Claudio Meffert (NEXO), Carmelo Hernández (Marsans), Antonio Alonso (Talonotel), José Arquero (CIMET), Carlos Vogueler (OMT) y Francisco Vázquez (CIMET).

## CIMET apuesta por la hotelería independiente

Grupo NEXO y CEHAT, con la aprobación y pleno respaldo del Consejo de Turismo de la CEOE, han alcanzado un acuerdo para que la hotelería independiente sea protagonista de CIMET 2009. Así, frente a la rivilegiada capacidad de interlocución de las grandes cadenas, CIMET "pone

al servicio de los medianos y pequeños hoteleros este gran nexo de unión, para impulsar una segunda oleada de inversiones en los destinos de Iberoamérica", según los copresidentes de CIMET, "que, en esta ocasión, debe ser protagonizada por los hoteles independientes españoles".



Los presidentes de Baleares y Canarias, en la última edición de CIMET.

Verano 2008



# República Dominicana

**9 días / 7 noches**  
**TODO INCLUIDO** Desde

Hotel Carabela Bávaro ****	<b>599€</b>
H. Select Club At Grand Paradise Bávaro/H. Natura Park *****	<b>699€</b>
H. NH Edenh Real Arena Punta Cana *****LUJO	<b>959€</b>
Hotel Riu Palace Macao *****	<b>789€</b>
Hotel Riu Palace Punta Cana *****	<b>799€</b>
Hotel Paradisus Punta Cana *****	<b>1.369€</b>

Viaja en Jumbo 747-300/400. El avión más cómodo, con más espacio y más rápido para viajar al Caribe

Precios basados en viajes Clase Turista, suplemento en Confort Class: 350 euros, excepto 01/08 al 24/08: 500 euros y en Grand Class: 650 euros, excepto 01/08 al 24/08: 850 euros.



Precios por persona en habitación doble, válidos para salidas desde Madrid en determinadas fechas de Verano 2008. Incluye: avión ida y vuelta, estancia en los hoteles y régimen indicado, seguro y asistencia. Tasas y carburante 239 € por persona. Infórmate de precios para la fechas de tus vacaciones así como para salidas desde otros aeropuertos.



## Información turística de Sevilla en Internet



El 'sitio' oficial de Turismo de Sevilla presenta un amplio conjunto de información sobre cualquier tema de interés en la ciudad, como lugares a visitar, restaurantes, transportes, oficinas de información o compras.

## Más de 80.000 hoteles en la 'web' Hotels.com



Hotels.com, presenta una página en Internet en la que ofrece la posibilidad de reservar en más de 80.000 alojamientos, de los que presenta una descripción adecuada y la opción de seleccionarlos en un plano de la ciudad solicitada.

## Alojamiento de playa y de ciudad en España



La página de Playa Senator ofrece una completa información de sus establecimientos en España y de su entorno, así como la posibilidad, únicamente para los usuarios finales, de gestionar sus reservas en Internet.

## La agencia no puede reservar sus vuelos



La *website* de South African Airways ofrece, de forma clara y de fácil uso, información sobre la empresa, sus servicios y un sistema de reservas de sus vuelos y de compañías asociadas, que no es válido para las agencias.



Los clientes de Utell podrán realizar sus reservas "de una forma rápida".

## Utell lanza un servicio de reserva de hoteles vía móvil

Utell, empresa de representación de hoteles perteneciente a la proveedora de tecnología Pegasus, ha lanzado una herramienta de servicio móvil de atención al cliente y reservas para "proporcionar a las cadenas hoteleras un método para llegar a sus clientes potenciales mientras viajan".

El sistema consiste en un *microsite* en el que se puede consultar la información del hotel, las fotografías y los precios, mientras que el proceso de reserva es "en tiempo real". En este sentido, la vicepresidenta de Ventas y Mar-

keting de Utell, Diana Banks, ha manifestado que la tecnología móvil permite reservar hoteles de forma "rápida y segura" y ha añadido que en Europa y los mercados en desarrollo los productos móviles disponen de "un gran potencial".

Sobre la generalización del uso del móvil para llevar a cabo este tipo de procesos, la empresa ha informado de estudios de compañías como Forrester Research, que prevé que 125 millones de europeos se conectarán "de forma habitual" a Internet a través de dispositivos móviles en 2013.

## La 'web' de Clickair incorporará los alojamientos de Booking.com

El 'portal' dispone de más de 45.000 establecimientos en 9.000 destinos

Booking.com comercializará sus más de 45.000 establecimientos hoteleros a través de la página web de la compañía aérea Clickair. Tras la firma del acuerdo entre ambas entidades, los pasajeros de la aerolínea "podrán beneficiarse de una amplia oferta de hoteles en todos los destinos de Clickair".

Booking.com, compañía de reservas hoteleras *online*, ha materializado un acuerdo con Clickair para comercializar sus productos a través de la página web de la aerolínea. El 'portal' dispone de más de 45.000 hoteles en 9.000 destinos, que se suman a la 60 rutas nacionales e internacionales con las que cuenta la aérea.

A juicio de Maria Cardenal, manager de Clickair, "nuestros millones de pasajeros pueden ahora beneficiarse de una amplia oferta de hoteles, desde establecimientos económicos hasta hoteles de lujo de cinco estrellas en todos los destinos de Clickair". Según explica, el acuerdo con el portal de reservas *online* "nos permite dar un nuevo paso para ofrecer un servicio de viajes completo y de mejor calidad a través de nuestra *web*".



El 'portal' de Clickair ha incorporado las ofertas de Booking.com.

El buscador de hoteles ya está disponible y ofrece a los clientes varias opciones de búsqueda para encontrar un establecimiento. El alojamiento se puede bus-

car por ubicación, precio, instalaciones y servicios o popularidad. Además, Booking.com proporciona información en las siete lenguas de la *web* de Clickair.

## Dobleroom incorpora el portugués en su 'web' y abre una oficina en Lisboa

Esta expansión al mercado luso hará que la marca se haga 'más potente'

Una vez consolidado en el mercado español, Dobleroom ha comenzado su estrategia de expansión en Portugal. Concretamente, la central de reservas del Grupo Talonotel ha incorporado el idioma en su página *web*, además de abrir una nueva oficina en la capital de Portugal, Lisboa.

Dobleroom inicia su apertura hacia el mercado portugués, a través de la traducción de su página *web* —[www.dobleroom.com](http://www.dobleroom.com)— y la apertura de una oficina en el país vecino. La central de reservas del Grupo Talonotel ha decidido dar este paso porque "son muchas las agencias lusas que ya trabajan con la central", aseguran desde la Talonotel. Los agentes ya pueden consultar la *web* de Dobleroom en portugués. Asimismo, Dobleroom ha abierto una oficina comercial en Lisboa. Las funciones de ésta se ciñen a la comercialización de aquellos hoteles que forman parte de la central y que están situados en las diferentes localidades de Portugal.

El responsable regional de Dobleroom en Portugal, Fernando Bernardo, afirma que "gracias a la apertura de la oficina portuguesa, todas las ofertas y promociones de Dobleroom se pueden difundir, además de en los hoteles, en las agencias de viajes de Portugal",



Los clientes portugueses ya pueden acceder a Dobleroom en su idioma.

por lo que "el beneficio para ellos es mayor y la marca se hace cada vez más potente", añade.

Por su parte, el director de Marketing y E-Commerce de Dobleroom, David Wright, afirma que "la traducción de la *web* de Dobleroom y la apertura de la ofi-

cina comercial en Lisboa son sólo los primeros pasos hacia nuestro objetivo de seguir mejorando y personalizando nuestros servicios al Sector en Portugal". Y añade que de el fin último es "responder cada vez mejor a sus necesidades específicas", concluye Wright.



Viajes El Corte Inglés ha anunciado la incorporación de High Tech Hoteles.

## High Tech, en el 'portal' de Viajes El Corte Inglés

Viajes El Corte Inglés ha anunciado la incorporación en su *web* del sistema de conexión High Tech Hoteles, que permite conocer en tiempo real las plazas hoteleras disponibles de la cadena, con lo que suma un total de 10.000 establecimientos en España.

Este sistema, disponible para algunas cadenas, permite ofrecer a los clientes todas las habitaciones disponibles y se incluirá también en las páginas de Viajes El Corte In-

glés en Portugal, Francia, Bélgica, Italia, México, Argentina y Chile.

El proceso de consulta permite realizar una selección por localidad, fecha, ubicación y tipología del establecimiento. Además, High Tech Hoteles ofrece en tiempo real el mejor precio disponible en ese momento, así como datos técnicos, descripciones, planos de situación y fotografías tanto del interior y exterior de cada establecimiento.

# Most r a d o r

## Sobrevolar España en globo y dormir en los Paradores

La Vida es Bella, especializada en organizar experiencias relacionadas con los viajes y la naturaleza, ofrece dar la vuelta a España en globo pernoctando en Paradores Nacionales. La ruta, de entre ocho y diez días, puede realizarse, tanto en grupo de empresa y amigos como en familia o en solitario.

Durante este recorrido el cliente puede optar por decidir el itinerario y la duración del mismo. Otras alternativas son una travesía en globo por los Pirineos. Este vuelo tiene una duración de dos a tres horas que finalizará con una almuerzo cerca de la zona de aterrizaje.

El programa de rutas para pasear en globo incluye vuelos sobre Segovia y sus alrededores para aterrizar más tarde en el campo, y sobre la Sierra de Madrid. También se puede reservar del



Uno de los globos de la Vida es Bella.

globo aerostático completo, con su piloto y su equipo de seguimiento 4x4 para dos personas. Los precios oscilan entre los 180 euros por un vuelo de una jornada, hasta los 725 euros.

✉ [www.lavidaesbella.es](http://www.lavidaesbella.es)

## Catai dispone de todo tipo de programas para disfrutar de EE UU según los gustos

Ofrece itinerarios variados tanto de Turismo cultural, como de naturaleza

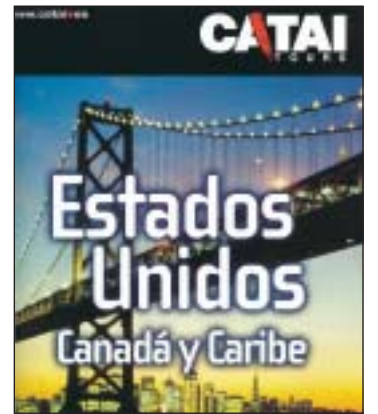
La mayorista Catai Tours cuenta con un catálogo especializado en EE UU, Canadá y Caribe con validez hasta diciembre de 2008. De cara a la temporada de invierno que acaba de iniciarse, el turoperador ofrece todo tipo de programas de cinco a 17 días de duración, con multitud de extensiones.

El turoperador ofrece programas para conocer Alaska, Yellowstone, Hawaii, San Francisco, Yosemite, Los Ángeles, Las Vegas, diferentes parques nacionales, Arizona y Nuevo México, Nueva Orleans, Orlando, Miami, Washington, Nueva York, Boston, Niágara y Chicago. Los precios de los 'paquetes' del catálogo oscilan entre los 712 euros del programa a Washington, con una duración de cin-

co días, a los 5.132 euros que cuesta el 'paquete' de 14 días 'Canadá, sensaciones transcanadienses'.

Entre las novedades, destaca el programa 'En Busca de la Aurora Boreal', de nueve días desde 2.864 euros, en el que se conoce Vancouver, Victoria, Whistler, Calgary y For McMurray. 'Alaska Tierra y Mar' es otra de las novedades del catálogo. Durante 12 días, y desde 3.249 euros, se realiza un recorrido terrestre y en crucero para conocer Alaska desde distintos puntos de vista. Además se ofrecen tres opciones distintas para la parte terrestre.

Destacan además viajes peculiares como el programa de la 'Route 66', de 17 días de duración con un precio desde 1.845 euros,



Portada del catálogo de Catai.

que realiza el mismo itinerario que sigue esta mítica Ruta 66 desde Chicago hasta Los Ángeles.

✉ [www.catai.es](http://www.catai.es)

## Sensaciones de América ofrece en su catálogo virtual toda su programación

Sensaciones de América cuenta con un catálogo con validez hasta 2009 con multitud de programas en los destinos que son su especialidad: Patagonia, Argentina, Brasil, Chile y Perú. Las agencias de viajes pueden consultarlo, como novedad, en su nueva página web donde la mayorista ha desarrollado un catálogo en formato virtual de fácil uso.

El catálogo cuenta con todos los viajes de Sensaciones de América, así como con sus programaciones de fechas de salida, temporadas, hoteles, excursiones, consejos prácticos para recomendar a los clientes antes del viaje e imágenes de los destinos de Iberoamérica con los que trabajan. Periódicamente, añadirá nuevos pro-



Brasil y Perú, dos de los destinos que ofrece Sensaciones de América.

gramas al catálogo virtual, como ya ha hecho con las salidas de la pasada temporada de verano.

La mayorista da además la opción de preparar los viajes a medida y personalizados. Y facilita la organización con las mejores



alternativas y ofertas para lunas de miel, viajes en familia, grupos o singles, amantes del trekking y la escala, del esquí o la pesca, visita a las capitales iberoamericanas o alojamientos exclusivos.

✉ [www.sensacionesdeamerica.es](http://www.sensacionesdeamerica.es)

## Air Europa mejora su clase Business con dos 'paquetes'

Air Europa ha mejorado su clase Business con dos nuevos 'paquetes' de servicios adicionales para sus pasajeros con destinos de media y larga distancia. Ahora a la clase Business normal se suman las categorías Gold y Platinum, que cuentan con ventajas y servicios adicionales.

La clase Club Business Gold ofrece un valor añadido en vuelos a Europa, Canarias, Dakar y Tel Aviv con cuatro nuevos servicios: servicio telefónico 24 horas, parking VIP gratuito tres días, seguro de viaje gratuito 10 días y cena en el aeropuerto exclusiva para en vuelos a Tel Aviv.

La clase Club Business Platinum (vuelos de largo recorrido), ofrece teléfono gratuito 24 horas,



Clase Business de Air Europa.

estancia gratuita siete días en parking VIP, seguro de viaje gratuito diez días y cena en el aeropuerto para vuelos a Buenos Aires, con posibilidad de traslado en coche de lujo (origen en Madrid).

✉ [www.aireuropa.com](http://www.aireuropa.com)



# PANAMÁ

aterizamos en el corazón de Centroamérica y conectamos con 60 vuelos regionales

La Línea Aérea de Confianza **KLM**

## ■ Club NEXOTUR

### Best Western ofrece descuentos del 50% sobre su tarifa más baja

Best Western ofrece descuentos del 50% sobre la tarifa más baja del momento a miembros

del Club NEXOTUR y acompañantes. La promoción especial incluye un máximo de dos habita-

#### Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 16**

ciones y tres días de estancia. La oferta es válida en los hoteles españoles. Para ampliar la información sobre la promoción ofertada o realizar reservas acceda a la web [www.bestwestern.es](http://www.bestwestern.es).

## ■ Fam Trip



Periodistas japoneses han visitado bodegas y restaurantes madrileños.

### Japón prueba los vinos de Madrid

La Comunidad de Madrid, a través de PromoMadrid y en colaboración con el Consejo Regulador de Vinos de Madrid, ha organizado una visita de una delegación de periodistas japoneses especializados en la gastronomía para darles a conocer los vinos autóctonos y para promocionar la región como destino turístico. Los japoneses han visitado varias bodegas de la Denominación de Origen, así como otras localidades de la región.

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

#### ♣ 1 de septiembre

Silvia Sierra Pérez, Viajes Armand Tours, Barcelona; Sagrario Núñez Torres, Viajes Iberia, Valencia.

#### ♣ 2 de septiembre

José Ramón Rubira Pane, Viajes Ripojet, Ripollet (Barcelona); Lidia Arana Cluet, Viajes Gacela Bus, Barcelona.

#### ♣ 3 de septiembre

Juan Dalmau, Viajes Dalsol, Figueras; Dámaso Paino, Direct-travel, Mallorca; Maite Mate-sanz, Carlson Wagonlit, Madrid; Concha Ruiz, Viajes El Corte Inglés, Burgos; Rafael Garrido, Calentura, Elche; Rocío García, Eroski Bidaiak, Madrid; Cesar Iribarri, Sarasate, Pamplona.

#### ♣ 4 de septiembre

John Gaze, Forexcel, Las Palmas; José Marín, Rhin, Madrid; Antonio Agullo,

Agullo, Carcai-xent; Germán L. Guitián, Inter-land, Valencia; Doroteo Rodríguez, Tourafrica, Ceuta; Francisco Aguilar, Pinzón, Córdoba; Javier Sánchez, Jaime Tours, Nerja; José Antonio Costana, Sober-tours, Mallorca; Elena Díaz, Jumantur, Motril; Katia Martínez, Halcón, A Coruña; Irache Lauda, Galea, Las Arenas.

#### ♣ 5 de septiembre

Jesús Pujares, Vetus, Oviedo; M<sup>a</sup> Jesús Fernández, Frías, Vigo; Marian Fuentes, Gorbea, Vitoria; Isabel Hernández, Folguera, Binefar; Adelina López, Astrolabio, Madrid; Miguel Medina, Boi Taüll, Barcelona; Elisabeth Momrin, Racc, Barcelona; Graciela Olivert, Cullera, Cullera; Mari Carmen, Morales, León; Eva Corbeira, Marsans, Guadalajara; M<sup>a</sup> Carmen Aguilar, Urso, Estepa; Carmen Aguilar, Halcón, Osuna (Málaga); Juan Manuel Maillo, Viajes Palmasur, Córdoba; Eva

López, Halcón, Nájera (Logroño); Eva Arias, Tamana, Madrid; Margarita López, Viajes El Corte Inglés, Toledo; Rocío Lozano, Geisha, Fuengirola.

#### ♣ 6 de septiembre

José Joaquín Muñoz, Mibe, Puerto de Santa María; Mercedes Támez, Ticket 31, Madrid; Javier Pons, Pons, Barcelona; Lourdes Fernández, Mar-sans, El Ferrol; Angela Vicente, El Corte Inglés, Zaragoza; Mariano Cabra, Tamarindo, Toledo.

#### ♣ 7 de septiembre

Manuel San Andrés Porcar, Vie Viajes, Castellón; Fran Menéndez, Viajes Uria, Oviedo; Juan José Domínguez, Viajes Halcon, Zamora; Antonio Jiménez, Viajes Tep, Madrid; María Jose Ridealaygua, Viajes Abando, Santander; Silvia Jimeno, Viajes Verdemar, Madrid; Ana García, Viajes Kontiki, Alicante.

# N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

## ¿Necesita un profesional?

### Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Inserte ahora sus ofertas y demandas en Internet, en la web: [www.nexotur.com](http://www.nexotur.com)

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

## ¿Busca trabajo?

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración con AEDAIVE y UNAV para la Comunidad de Madrid



## MSC Cruceros apuesta de nuevo en este invierno por los cruceros gastronómicos

La crucerista organiza salidas para septiembre octubre y noviembre

Una temporada más MSC Cruceros apuesta por sus cruceros gastronómicos para la temporada de invierno. De esta forma, la crucerista ofrece en septiembre, octubre y noviembre, sendos cruceros con dos de sus barcos, el Poesía y el Lírica. Con diferentes itinerarios, los tres cruceros tendrán en común la gastronomía. Durante la estancia a bordo se organizarán actividades relacionadas con este mundo, como clases de cocina con chefs de prestigio, menús especializados en cocina mediterránea (la especialidad de la naviera), catas de vino o cursos de preparación de cócteles. A diario también se darán promociones con descuentos para bebidas o helados en los bares del barco.

Con salida el 14 de septiembre desde Bari (Italia), el MSC Poesía realizará un crucero de siete días que recorrerá Katakolon, Esmirna, Estambul, Dubrovnik y Venecia. Incluye avión desde Madrid o Barcelona y traslados. El 6 de octubre, le toca el turno al MSC Lírica, que

saldrá desde Valencia para realizar un itinerario de ocho días y siete noches por Tánger, Málaga, Roma, Génova y Marsella. Ya el 15 de noviembre, de nuevo el MSC Poesía, saldrá de Venecia y realizará un recorrido por ciudades como Anatolia, Nápoles o Génova.

MSC Cruceros brinda a sus clientes la posibilidad de disfrutar en todas las salidas y categorías de las ventajas de la tarifa Premia Prima, por la que, reservando con antelación, el segundo pasajero puede salir hasta con un descuento del 100%.

✉www.msccruceros.es



Gastronomía a bordo de un barco de MSC Cruceros.



Aviones de SkyEurope.

## SkyEurope lanza la oferta 'Happy Weekends' para el invierno

SkyEurope Airlines ya ha dado a conocer parte de las novedades para la temporada de invierno, con dos nuevas rutas desde Praga a Larnaca (Chipre) y Bari (Italia). Este nuevo itinerario ya se encuentra disponible para la venta y, como explica la aerolínea, una de sus ventajas son los convenientes horarios de salida y las mejores frecuencias en diversas rutas.

Además, ha anunciado su nueva promoción 'Happy Weekends', con la que ofrece ofertas interesantes para los fines de semana. Esta oferta es válida desde las 18:00 horas de los viernes a las 9:00 horas de los lunes. La aerolínea low cost espera convertir en tradicional estas ofertas en sus rutas regulares. Así, la primera oferta de 'Happy Weekends' que ha realizado ofrecía vuelos a Sofía, desde Viena y Praga por 15 euros.

✉www.skyeurope.com



**Grupo Trapsa**  
Líder en transporte turístico y de congresos

Congresos • Convenciones • Reuniones  
Ferias • Viajes de Negocios • Excursiones  
Visitas Turísticas • Transfers • Otros Eventos

# Estamos listos

Experiencia contrastada  
Capacidad de organización de grandes eventos  
Cobertura del 100 % del territorio Peninsular e Insular  
Calidad y atención personalizada al servicio  
Fiabilidad en nuestra respuesta  
Adaptación y flexibilidad a las necesidades de su servicio  
Gestionamos nuestra flota de acuerdo a sus necesidades  
Empresa de capital 100% español  
Atención al servicio de 24h y 365 días al año

**902 110 115**  
**www.trapsa.com**



Delegaciones operativas propias en: Zona Centro, Cataluña, Zona Norte, Galicia, Andalucía Occidental y Oriental, Baleares y Canarias

# 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
<b>A SU AIRE</b>	<b>18% de descuento</b> a miembros del Club y <b>10%</b> 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
<b>GRUPO NATURA</b>	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
<b>OCTOPUSTRAVEL</b>	<b>15% de descuento</b> 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
<b>ACCOR HOTELES</b>	Hasta <b>75% de descuento</b> 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
<b>HOTASA HOTELES</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>BEST WESTERN</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOSTERÍAS REALES</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTELES MONTE</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTELES SIDI</b>	<b>60 euros/noche</b> 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
<b>HUSA HOTELES</b>	<b>45% de descuento</b> 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
<b>OCA HOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>PARADORES</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>PLAYA SENATOR</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>WORLDHOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>AVIS</b>	<b>5% de descuento</b> 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
<b>HERTZ</b>	Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> 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
<b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>	<b>30% de descuento</b> sobre la tarifa oficial a miembros del Club y <b>15%</b> 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
<b>HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL</b>	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
<b>EUROPEA DE SEGUROS</b>	<b>85% de descuento</b> 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
COMPAÑÍAS MARÍTIMAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>VISION CRUCEROS</b>	Cruceros de junio, julio y agosto. <b>Descuento del 25 %</b>	Consultar fechas. Cruceros por el Mediterráneo y el Egeo desde Barcelona. (tarifas netas)	31-08-2008	Departamento de Reservas	☎ 91 789 64 00 📠 91 789 64 10

# Hotelería

## Marketing hotelero, alianzas empresariales y web 2.0, centrarán el congreso de CEHAT

El encuentro contará con la participación de líderes del sector como Sebastián Escarrer o Antonio Catalán

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) celebrará el próximo mes de noviembre, los días 5, 6 y 7, el

Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles en Zaragoza, en el cual se analizarán, entre otras cuestiones, el marketing hotelero y

la comercialización online o la revolución de Internet. Como novedad, CEHAT ha creado un canal de televisión por Internet.

Del 5 al 7 de noviembre, el sector hotelero español se reunirá en Zaragoza en la cita anual convocada por CEHAT, que ha elegido la capital aragonesa como sede para "demostrar su apoyo total a la ciudad después de un acontecimiento tan importante como la Exposición Universal", como explica el presidente de la confederación, Juan Molas.

El día 6 tendrá lugar en el Hotel Reina Petronila la primera sesión de este encuentro bajo el título 'Marketing Hotelero y Comercialización Online' a cargo del director de Unidad Turyocio Daemon Quest, Bernhard Krupka; el director corporativo de Marketing de NH Hoteles, Iñigo Onieva; y el director regional y de Estrategia Internacional de Expedia, Alex Gisbert.

A continuación, líderes del sector como el presidente de Hoteles Barceló, Simón Pedro Barceló, el presidente de Room Mate Hoteles, Enrique Sarasola y el presidente de AC Hoteles, Antonio Catalán, analizarán las cuestiones más importantes que afectan al sector espa-

ñol en una ponencia denominada 'Opinión de los líderes del Sector'.

Al día siguiente, Eulogio Bordás, presidente de THR; Sebastián Escarrer, presidente de Sol Meliá; José Rodríguez, director general del Hotel Wellington; Carlota Mateo, presidenta de Rusticae, y Jaume Tapias, presidente mundial de Relais Chateaux, darán su punto de vista sobre las alianzas empresariales en la ponencia '¿Sobrevivo solo o me alío con una marca?'.

Por último, la ponencia final 'Web 2.0, la R-evolución de Internet y el Nuevo Marketing Turístico' contará con la presencia de el vicepresidente ejecutivo del Grupo Matutes, Abel Matutes; el director online de Distribución para España y Portugal de Starwood Hotels, Juan Luis Díaz y el representante de Tripadvisor, Jean Charles Lacoste. El congreso finalizará con una conferencia a cargo del que fue presidente del Gobierno, Felipe González.

CEHAT "ha apostado muy fuerte por las nuevas tecnologías" en este congreso y, gracias a un acuer-



El Hotel Reina Petronila será la sede del congreso de CEHAT.

do con la empresa 5ª Avenida, ha puesto en marcha un canal de televisión por Internet (<http://www.canalcehat.tv>) a través del cual "se difundirán las diferentes entrevistas que se hagan para promocionar el congreso" y "todos los elementos multimedia de carácter informativo" que se generen. Además, durante el desarrollo de este encuentro profes-

sional se grabarán "todas las ponencias y conferencias" con el objetivo de crear "una base documental".

Finalmente, CEHAT ha señalado que este canal de televisión es "la base para la futura difusión de eventos y jornadas" de la confederación a través de la Red para que puedan ser seguidas "en directo y online desde cualquier punto de España".

## El Eurostars Madrid Tower, referente en mercado reuniones

El Hotel Eurostars Madrid Tower, cuya apertura está prevista para octubre de este año, pretende posicionarse como un referente del mercado de reuniones en la capital. De cinco estrellas y con 31 plantas, su objetivo es complementar la amplia y variada oferta de espacios congresuales y feriales de Madrid.

El hotel goza de "una ubicación estratégica, así como de una completa oferta en sus instalaciones", aseguran sus responsables. Igualmente, agregan que ya ha recibido peticiones de reserva de espacio para eventos, tanto de empresas españolas como extranjeras.

Este establecimiento se encuentra ubicado en uno de los edificios de la Cuatro Torres Business Area, la nueva zona empresarial situada en el Paseo de la Castellana y que se ha concebido como el futuro eje de negocios de la ciudad. "El hotel está al lado del Metro y a mitad de camino entre el centro de Madrid y el aeropuerto, lo cual favorecerá el posicionamiento del Eurostars Madrid Tower en el sector, tanto a nivel nacional como internacional", subrayan desde el hotel.

Además de la oferta para acoger reuniones y congresos, y pensando en el mercado de incentivos,

el hotel dispondrá de un spa urbano de 600 metros cuadrados útiles.

El hotel dispondrá de más de 2.500 metros cuadrados de salas de reuniones, entre las que destaca una sala sin columnas de más de 1.760 metros cuadrados, un espacio multifuncional para la organización de eventos de todo tipo.

La oferta de salones se completará con servicios de restauración que permitirán diseñar menús a medida de cada evento: *brunchs*, *coffee-breaks*, almuerzos, cenas de gala, entre otros. Para eventos más exclusivos el Eurostars Madrid Tower contará con dos restaurantes, uno de ellos de autor y de dos alturas situado en las plantas 30 y 31.

En cuanto a las habitaciones, el establecimiento contará con 474 de las que sobrepasan 25 *junior suites* de 60 metros cuadrados de superficie, una *suite* ejecutiva de 80 metros cuadrados y la *suite* presidencial de más de 100 metros cuadrados. Todas las habitaciones estarán equipadas con elementos domóticos propios de los edificios inteligentes y equipos audiovisuales de última tecnología, además de contar con espacios para el trabajo y conexión Wi-Fi a Internet.

## La construcción de hoteles de lujo en Barcelona tocará techo

La construcción de hoteles de lujo en Barcelona tocará techo en 2009 hasta alcanzar las 1.355 nuevas habitaciones, lo que representa un 54,2% de las plazas que se construirán ese año en la ciudad condal. La desaceleración de la demanda, junto a la 'saturación' del segmento propiciará la estabilización de este mercado, según el informe del mercado hotelero de lujo en Barcelona, presentado por la consultora Jones Lang. Éste destaca que el incremento de la construcción de habitaciones en 2009 respecto a este año (que cerrará con 2.344 habitaciones más, el 27% de las cuales serán de lujo) se debe mayormente a hoteles proyectados hace unos tres años que se terminarán el próximo año.

Tras este aumento, en 2010 se experimentará un "parón" de la construcción, con sólo 300 nuevas habitaciones. Un 10% de las nuevas plazas serán de cinco estrellas para ese año. En total, la ciudad contará con un stock hotelero de 33.000 habitaciones que, a partir de ese año, crecerán más lentamente de lo que lo han hecho hasta ahora, según el director de la entidad, Jordi Frigola.

"El stock se ha incrementado en un 83% en diez años" explica Frigola, quien recuerda que el creci-

miento de la actividad se verá afectada por el aumento del precio del suelo, y porque la capital catalana va consiguiendo "un mercado estabilizado" parecido a ciudades como Londres o Viena.

El elevado crecimiento de la oferta ha tenido efectos secundarios sobre las cifras del sector barcelonés. La ocupación media se ha mantenido desde 2004 entre el 65% y el 75% en todos los segmentos. Además, mientras el coste de construcción se ha multiplicado, el precio medio por habitación se ha mantenido, situándose en 211 euros en 2007.

Esta conjunción de factores, unida a la desaceleración del mercado urbano provocará una bajada de la demanda del 5% en 2009, a la que se sumará también la caída de los precios, en torno al mismo porcentaje, según el analista.

Al mismo tiempo las expectativas de inversión en la ciudad también se ven empañadas por las cifras previstas. Según Frigola, los inversores consideran que, en Barcelona, "ya no es atractivo montar un hotel". No obstante, matiza que la situación "de crisis" durará dos años. "La crisis no será tan fuerte como en los años 93, 95 y 96, ya que Barcelona ya está consolidada", puntualiza.

## Producto

Hotasa invierte 14 millones en la remodelación del Gran Hotel Cervantes

Hotasa ha renovado el Gran Hotel Cervantes en Torremolinos (Málaga), con una inversión de 14 millones de euros. La intención es convertirlo en un establecimiento "más moderno y confortable" y consolidarlo como un referente en la Costa del Sol, según su consejero delegado, Pablo Ruiz Mateos. Se han renovado las habitaciones, cocinas, restaurante, el lobby bar, la zona de la piscina y otros espacios comunes.

Tras una gran renovación, el Hotel Guitart Monterrey inaugura su reapertura

El Hotel Guitart Monterrey en Lloret de Mar (Gerona) se inauguraba el pasado julio después de unas obras de renovación "para constituir el elemento integrador" de un complejo que incluye, entre otras instalaciones, un proyecto paisajístico de 50.000 metros cuadrados y un spa, como explica la compañía. Entre otras cosas, se han creado nuevas suites y se ha transformado las salas de reuniones.

Sol Meliá entrará en Viena con la construcción de un nuevo establecimiento ME

Sol Meliá abrirá un nuevo establecimiento bajo la marca ME by Meliá en Viena, ubicado en la Torre DEC, una de las más altas del país, con 220 metros de altura y 60 plantas. El ME Viena dispondrá de 255 habitaciones situadas en los 15 primeros pisos del edificio cercano a la sede de la ONU. Además, contará con varios salones equipados con "tecnología punta", como indican desde la cadena. Será el quinto hotel de esta marca.

Más de dos millones de euros en la reforma del Iberostar Costa Canaria

Iberostar Hoteles ha invertido 2,3 millones de euros en la renovación del Iberostar Costa Canaria en San Agustín (Gran Canaria). La cadena quiere convertirlo en un establecimiento con el concepto 'Sólo Adultos', en el que se ofrecen actividades para clientes mayores de 14 años. Además de la remodelación de las habitaciones y baños, se han incorporado nuevos servicios como el Sport Bar y un bar-piscina.

# Aragón Tours presenta distintas tipologías de transporte terrestre

La página de Aragón Tours informa sobre las diferentes empresas de transporte terrestre que componen el grupo. Cada una de ellas ofrece un formato diferente, ajustado a sus características, pero en ninguna incluye la gestión de reservas.



www.aragon-tours.com

El **Grupo Aragón Tours** está formado por un conjunto de empresas de transporte terrestre que incluyen líneas regulares, transporte discrecional, alquiler de automóviles clásicos con chófer, una empresa de transporte para congresos y una agencia de viajes. El grupo presenta en su 'sitio' en Internet un área diferente para cada empresa, con una funcionalidad homogénea pero ajustada en cada caso a las características de sus servicios. Sin embargo, en ninguna de ellas informa sobre sus tarifas ni incluye la gestión *online* de reservas. La página dispone únicamente de la versión en castellano.

### INFORMACIÓN

Presenta áreas distintas para cada una de sus empresas, incluyendo la información de sus servicios en distintos formatos que dependen de sus distintas características, con una completa información de sus flotas de vehículos y de los recorridos de sus líneas regulares.

### RESERVA

No contempla la gestión de reservas desde Internet para ninguna de las empresas. En algunos casos ofrece únicamente las formas de contacto y en otros presenta un formulario para solicitar presupuestos. En su agencia de viajes ofrece un área especial para profesionales.

### GENERAL

No ofrece ninguna información general sobre el grupo, pero en la primera página de cada empresa incluye una descripción de la misma y, en algunos casos, de su historia e instalaciones, así como sus noticias de actualidad e información relacionada con la gestión de empleo.

#### ▲ Lo Mejor / Presentación

La página tiene un diseño adecuado y una presentación ajustada a las características de cada empresa.

#### ▼ Lo Peor / Gestión de Agencias

En las empresas de transporte terrestre no ofrece información específica para las agencias de viajes.

### ARAGON TOURS / Transportes

#### Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
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 página web del Grupo Aragón Tours ofrece a las agencias de viajes una descripción adecuada de los tipos de servicios que prestan sus diferentes empresas, pero no incluye ninguna información sobre sus tarifas ni contempla la gestión de reservas *online* de ninguno de sus servicios.

**5,6**



**Entrada /** Presenta el acceso a cada una de las empresas del grupo, todas relacionadas con el transporte terrestre.



**Producto /** Por cada una de las empresas ofrece la información de sus servicios en diferentes formatos.



**Reserva /** No incluye la gestión de reservas *online*, incluyendo su forma de contacto y en algún caso un formulario.

# Amplia información en la página que ofrece Un Mundo de Cruceros

El 'sitio' en Internet de Un Mundo de Cruceros presenta una completa información de su oferta de cruceros de compañías navieras en todo el mundo, aunque no contempla la reserva *online*, ofreciendo únicamente un formulario a las agencias.



www.unmundodecruceros.com

**Un Mundo de Cruceros**, agencia mayorista dedicada exclusivamente a este tipo de producto, presenta una página en Internet, exclusivamente en castellano, con una información muy completa de los cruceros que ofrecen las más importantes compañías navieras. Asimismo, permite, seleccionando por múltiples parámetros, consultar las características de la compañía, el barco y el itinerario de las distintas ofertas, y acceder a la visualización de sus folletos, presentados de una forma muy útil. Sin embargo, aunque ofrece un área específica a las agencias de viajes, no contempla la reserva *online*.

### INFORMACIÓN

Presenta un completo sistema de información de los cruceros de múltiples compañías, a los que se puede acceder por diferentes parámetros, incluyendo la descripción del crucero, el barco y sus tarifas por fecha de salida. También ofrece una útil consulta de sus folletos.

### RESERVA

Dispone de un área para las agencias registradas, a las que ofrece información específica, ofertas y un formulario para solicitar reservas. El cliente final sólo puede utilizar un formulario de consulta. Sin embargo, contempla la posibilidad de efectuar el *check-in online*.

### GENERAL

También incluye alguna información sobre la empresa, una sección de preguntas y respuestas de ayuda al usuario, sus condiciones de contratación, sus catálogos y publicaciones y la relación y una completa información de las compañías navieras con las que opera.

#### ▲ Lo Mejor / Información

La página presenta una amplia información sobre navieras, cruceros, barcos y de las tarifas por fecha de salida.

#### ▼ Lo Peor / Gestión Reservas

En el área de reservas se limita a ofrecer un formulario a las agencias de viajes registradas en el sistema.

### UN MUNDO DE CRUCEROS / Mayorista

#### 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**

La web de Un Mundo de Cruceros puede ser de interés para las agencias de viajes, aunque no permita la reserva *online*, ya que además de una completa información sobre su oferta de todo tipo de cruceros, disponen de un área dedicada a los profesionales de Turismo y un formulario de reservas.

**6,5**



**Entrada /** Presenta ofertas, noticias, las claves de agentes y el acceso a todas sus áreas de información.



**Producto /** Accediendo por diversos parámetros ofrece una información muy completa del crucero y el barco.



**Reserva /** Para la gestión de reservas presenta únicamente direcciones de contacto y un formulario general.

# Completa información turística en la 'web' de la provincia de Cádiz

La página oficial de Turismo de Cádiz ofrece, con un cuidado diseño y una estructura muy adecuada, información de sus atractivos y servicios turísticos. Aunque no contempla la gestión de reservas, ofrece el enlace con los proveedores de servicios.



[www.cadizturismo.com](http://www.cadizturismo.com)

El Patronato Provincial de Turismo de Cádiz ofrece una página muy completa y bien diseñada en la que incluye una completa información sobre los atractivos turísticos existentes en la provincia y sobre los servicios que ofrece, tanto al viajero como a los profesionales de Turismo. Permite acceder a cada tema, tanto por tipo como por municipio, incluyendo en muchos casos su situación en el mapa de la provincia, ofreciendo una descripción general o una ficha y el enlace con páginas específicas para ampliar información o reservar. Dispone de versiones en castellano, inglés, francés y alemán.

### INFORMACIÓN

Ofrece dos tipos de acceso a una completa información sobre servicios y atractivos turísticos en toda la provincia, con posibilidad de consulta por municipios o por tipo, con situación en el plano, pero sin acceso a monumentos, excepto alguna referencia en su municipio.

### RESERVA

Presenta información de todos los recursos turísticos de la provincia, incluyendo un área reservada para empresas. No contempla la gestión de reservas, pero enlaza con la página de cada proveedor de servicio, informando de toda la infraestructura para congresos en Cádiz.

### GENERAL

La página ofrece también información generada por el Observatorio Turístico de la Provincia de Cádiz, así como una relación de las publicaciones del Patronato Provincial de Turismo y otra de todas sus oficinas de Turismo además de una zona multimedia con vídeos y fotografías.

#### ▲ Lo Mejor / Servicios

Ofrece una información muy completa y bien estructurada de servicios turísticos, tanto a viajeros como a profesionales.

#### ▼ Lo Peor / Monumentos

No ofrece una relación de temas de interés artístico, incluyendo únicamente alguna referencia en cada municipio.

### CÁDIZ / 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									
8	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN DE TRANSPORTES									
4	GESTIÓN DE OTROS SERVICIOS									

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

La página oficial de Turismo de la provincia de Cádiz ofrece un amplio conjunto de información de interés para los profesionales de Turismo, tanto para la gestión habitual de sus clientes como para la organización de eventos, para lo que además disponen un área especial desde su zona privada.

**8.7**



**Entrada /** Presenta, con un diseño muy atractivo, el acceso a todas sus áreas de información sobre la provincia.



**Producto /** Ofrece la descripción de sus recursos turísticos por tipo, indicando generalmente su situación en el plano.



**Reserva /** Aunque no dispone de sistema de reservas, informa de todo tipo de servicios, enlazando con su web.

# Vuelos desde Italia hacia destinos vacacionales en el 'sitio' de Neos

La compañía aérea italiana Neos presenta una página en Internet que incluye un área para las agencias y ofrece información sobre sus vuelos desde aeropuertos en ese país a España y diversas zonas de Iberoamérica y medio y lejano Oriente.



[www.neosair.it](http://www.neosair.it)

Neos, compañía aérea perteneciente al Grupo Alpitur ofrece una página (con zonas que están aún en desarrollo) en la que informa sobre sus vuelos a España, el Caribe y algunos destinos en África, Asia, Marruecos y Brasil. Dispone de un área de reservas, con pocas ayudas para localizar los vuelos válidos y que por el momento no ofrece disponibilidad en los trayectos consultados ni permite conocer sus tarifas. Sin embargo, ofrece, con el resto de las empresas del grupo, un área para agencias de viajes y otra para usuarios registrados. La página dispone únicamente de versión en italiano.

### INFORMACIÓN

Presenta un sistema que ofrece los destinos por origen en un plano y una consulta de información de los días de operación y los horarios de sus vuelos, por origen, destino y periodo, en la que ofrece también los vuelos desde los aeropuertos próximos a los solicitados.

### RESERVA

Dispone de un sistema de gestión de reservas para usuario final, en el que ofrece sus vuelos, que facilitan los destinos válidos para un origen e informa sobre los días de operación, pero sin disponibilidad en todos los casos probados. Ofrece un área especial a las agencias.

### GENERAL

La página incluye también información sobre la compañía, su historia, su flota, servicios a bordo y condiciones de transporte, además de un área de información de ayuda al viajero y otras dedicadas a la gestión de empleo, con formularios de solicitud, noticias y alquiler de coches.

#### ▲ Lo Mejor / Área de Agencias

Ofrece un área específica para las agencias, que es común con el resto de empresas del Grupo Alpitur.

#### ▼ Lo Peor / Disponibilidad

En la gestión de reservas no encuentra disponibilidad en diferentes periodos y vuelos, ni presenta sus precios.

### NEOS / Línea Aérea

#### Ponderación de los Valores

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

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

Por el momento la página de Neos parece de poca utilidad para las agencias de viajes españolas por su limitada cobertura en el país y las dificultades que plantea para conocer sus trayectos, disponibilidad y precios, a lo que hay que añadir que sólo dispone de versión en italiano.

**5.0**



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información, algunas noticias y la primera pantalla de reservas.



**Producto /** Informa en un mapa de los destinos por origen y sobre los horarios de sus vuelos por temporada.



**Reserva /** Ofrece un sistema de reservas de sus vuelos que resulta poco operativo por falta de disponibilidad.

# Indicadores

## EL PULSO

### Límites resistentes

**P**ARECE QUE LAS divisas que suponen los principales contrapesos para el euro se resisten a superar diversos límites o niveles psicológicos. Así, el dólar se ha encastillado en los 1,58 por euro y parece difícil que se vuelva a acercarse a los 1,60, a pesar del creciente diferencial de tipos de interés, cada vez más favorable al euro, en tanto que la libra se mueve con ligeras oscilaciones en torno a los 78 peniques por euro, alejándose del objetivo de los 80. Y salvo catástrofes, nunca descartables del todo da la tensión con Irán y otros asuntos similares, no parece que se vayan a mover mucho de ahí. Ello supone la estabilización o estancamiento del boom emisor hacia el área dólar, que seguirá produciéndose pero cada vez a menor ritmo, y se verá probablemente también influido por el enfriamiento económico general, del que, este segmento concreto, se había venido más o menos librando. Por otro lado, la estabilidad cambiaría siempre es positiva en términos generales y a largo plazo.



JOSÉ ARQUERO

ferencial de tipos de interés, cada vez más favorable al euro, en tanto que la libra se mueve con ligeras oscilaciones en torno a los 78 peniques por euro, alejándose del objetivo de los 80. Y salvo catástrofes, nunca descartables del todo da la tensión con Irán y otros asuntos similares, no parece que se vayan a mover mucho de ahí. Ello supone la estabilización o estancamiento del boom emisor hacia el área dólar, que seguirá produciéndose pero cada vez a menor ritmo, y se verá probablemente también influido por el enfriamiento económico general, del que, este segmento concreto, se había venido más o menos librando. Por otro lado, la estabilidad cambiaría siempre es positiva en términos generales y a largo plazo.

ferencial de tipos de interés, cada vez más favorable al euro, en tanto que la libra se mueve con ligeras oscilaciones en torno a los 78 peniques por euro, alejándose del objetivo de los 80. Y salvo catástrofes, nunca descartables del todo da la tensión con Irán y otros asuntos similares, no parece que se vayan a mover mucho de ahí. Ello supone la estabilización o estancamiento del boom emisor hacia el área dólar, que seguirá produciéndose pero cada vez a menor ritmo, y se verá probablemente también influido por el enfriamiento económico general, del que, este segmento concreto, se había venido más o menos librando. Por otro lado, la estabilidad cambiaría siempre es positiva en términos generales y a largo plazo.

## Previsión

**Dólar USA**

14.7.2008  
1,584 €/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	Precio
3 Meses	1,562 €/€
6 Meses	1,562 €/€
12 Meses	1,563 €/€

**Yen Japonés**

14.7.2008  
168,350 ¥/€

**Precios del Seguro de Cambio**

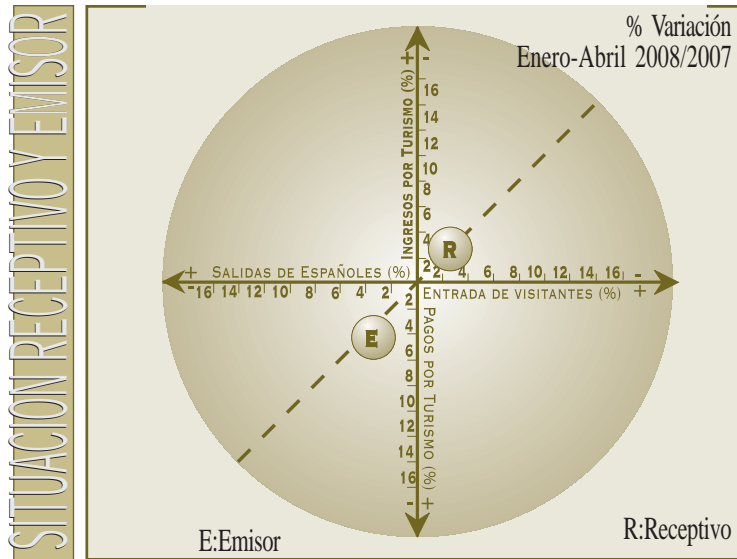
PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	Precio
3 Meses	162,380 ¥/€
6 Meses	162,286 ¥/€
12 Meses	162,126 ¥/€

**Libra Esterlina**

14.7.2008  
0,799 £/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	Precio
3 Meses	0,806 £/€
6 Meses	0,806 £/€
12 Meses	0,806 £/€



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

**L**OS PRECIOS DE LOS HOTELES, parecen acusar la situación económica global, y así se puede apreciar en el IPC de junio, que, aunque registró la normal subida estacional con respecto a mayo, en tasa interanual incluso bajó ligeramente comparada con la del mes anterior, y quedó por debajo del IPC general. Habrá que ver qué

ocurre con los índices de la temporada alta, pero todo parece apuntar a una contención por simple respuesta a una demanda contenida que no admite más subidas. Por otro lado, el gasto medio de los turistas por día y persona, sigue descendiendo, como otro síntoma más de la misma situación de recesión del consumo privado en el gasto no imprescindible.

*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	72,13	CROACIA	Kuna	7,22	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,42	RUMANIA	Leu	3,56
ALBANIA	Lek	121,93	CUBA	Peso Cubano (o)	1,57	LAOS	Kip Pot Po	13.488,00	RUSIA	Rublo	36,69
ANGOLA	Kwanza	117,56	DINAMARCA	Corona	7,46	LESOTHO	Maluti	11,88	SALOMON	Dólar	12,07
ANT. NEERL.	Guilder	2,81	DJIBOUTI	Franco	275,83	LETONIA	Last	0,70	SAMOA OCC.	Tala	3,97
ANTIGUA	Caribe	4,23	DOMINICA	Dólar E. Caribe	4,23	LIBANO	Libra	2.362,33	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	4,23
ARABIA SAUDI	Rial	5,88	ECUADOR	Dólar	39.176,30	LIBERIA	Dólar	99,12	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	96,63	EEUU	Dólar	1,57	LIBIA	Dinar	1,85	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	4,23
ARGENTINA	Peso	4,73	EGIPTO	Libra	8,32	LITUANIA	Litas	3,45	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	4,23
ARMENIA	Dram	471,11	EL SALVADOR	Colon	13,71	MACAO	Pataca	12,59	SAO TOME	Dobra	22.542,70
ARUBA	Florin	2,81	ERITREA	Nakfa	23,51	MACEDONIA	Denar	61,22	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,64	ESLOVAQUIA	Corona	30,37	MADAGASCAR	Franco	2.468,10	SERBIA & MONT.	Dinar	77,79
AZERBAIJAN	Manat	1,27	ESLOVENIA	Tolar	1,00	MALASIA	Ringgit	5,09	SEYCHELLES	Rupia	12,54
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,57	ESTONIA	Kroon	15,65	MALAWI	Kwacha	220,21	SIERRA LEONA	Leone	4.653,06
BAHRAIN	Dinar	0,59	ETIOPIA	Birr	15,18	MALDIVAS	Rupia	20,06	SINGAPUR	Dólar	2,13
BANGLADESH	Taka	107,34	FIJI	Dólar Fiji	2,36	MALI	Franco	655,96	SIRIA	Libra	79,92
BARBADOS	Dólar Barbados	3,13	FILIPINAS	Peso	69,06	MALTA	Libra	1,00	SOMALIA	Shilling	2.195,51
BELIZE	Dólar Belize	3,06	GABON	Franco CFA	655,96	MARRUECOS	Dirhan	11,48	SRI LANKA	Rupia	168,62
BENIN	Fco. CFA	655,96	GAMBIA	Dalasi	32,83	MAURICIO	Rupia	41,61	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,88
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,57	GHANA	Cedi	1,79	MAURITANIA	Ouguiya	359,64	SUDAFRICA	Rand	11,88
BHUTAN	Ngultrum	66,22	GRANADA	Dólar E. Caribe	4,23	MEXICO	Peso	15,70	SUDAN	Libra	3,24
BIELORRUSIA	Rublo	3.315,88	GUAM	Dólar USA	1,57	MOLDAVIA	Leu	15,23	SUECIA	Corona	9,47
BOLIVIA	Boliviano	11,11	GUATEMALA	Quetzal	11,71	MONGOLIA	Tugrik	1.810,73	SUIZA	Franco	1,63
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUINEA	Peso	655,96	MONTSERRAT	Dólar	4,23	SURINAM	Dólar	4,30
BOTSWANA	Pula	10,09	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MOZAMBIQUE	Metical	37,88	TAILANDIA	Baht	52,42
BRASIL	Real	2,46	GUINEA ECUAT.	Franco	7.079,47	NAMIBIA	Rand	11,88	TAIWAN	Dólar	47,64
BRUNEI	Dólar Brunei	2,13	GUYANA	Dólar	320,01	NAURU	Dólar	1,64	TAJKISTAN	Somoni	5,38
BULGARIA	Lewa	1,96	HAITI	Gourde	60,88	NEPAL	Rupia	105,96	TANZANIA	Shilling	1.820,13
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	HONDURAS	Lempira	29,61	NICARAGUA	Gold	30,45	TOGO	Franco CFA	655,96
BURMA	Kyat	10,10	HONG-KONG	Dólar	12,22	NIGER	Franco CFA	655,96	TONGA	Pa'anga	2,82
BURUNDI	Franco	1.858,76	HUNGRIA	Forint	232,09	NIGERIA	Naira	184,56	TRINIDAD	Dólar	9,75
CABO VERDE	Escudo	112,05	INDIA	Rupia	66,22	NORUEGA	Corona	8,07	TUNEZ	Dinar	1,83
CAMBOYA	Rial	6.512,87	INDONESIA	Rupia	14.294,60	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,11	TURKMENISTAN	Manat	22.358,60
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IRAN	Rial	14.510,90	OMAN	Rial	0,60	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,57
CANADA	Dólar Canada	1,58	IRAQ	Dinar	1.810,16	PAKISTAN	Rupia	110,98	TURQUIA	Lira	1,89
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,29	PANAMA	Balboa	1,57	TUVALU	Dólar Australiano	1,64
CHILE	Peso	769,19	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,57	PAPUA N. GUIN.	Kina	4,05	U.E.A.	Dirham	5,76
CHINA	Ranm. Yuan (o)	10,69	IS. VIRG. USA	Dólar	1,57	PARAGUAY	Guaraní	6.201,61	UCRANIA	Karbovanets	7,26
CHIPRE	Libra	1,00	ISLANDIA	Corona	128,08	PERU	Nuevo Sol	4,42	UGANDA	Shilling	2.566,83
COLOMBIA	Peso	2.789,58	ISRAEL	Shekel	5,42	POLONIA	Zloty	3,20	URUGUAY	Peso	30,09
COMORES	Franco	491,97	JAMAICA	Dólar	112,98	PUERTO RICO	Dólar USA	1,57	UZBEKISTAN	Sum	2.058,23
CONGO	Franco CFA	655,96	JAPON	Yen	169,08	QATAR	Rial	5,70	VANUATU	Vatu	151,29
CONGO (R.D.)	Franco	865,01	JORDANIA	Dinar	1,11	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar	3,37
COREA NORTE	Won	170,60	KAZAKHSTAN	Tenge	188,36	R. DOMINICANA	Peso	53,83	VIETNAM	Dong	26.287,30
COREA SUR	Won	1.581,39	KENYA	Shilling	106,01	REINO UNIDO	Libra	0,79	YEMEN	Rial	311,77
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRGUISISTAN	Som	55,04	REP. CHECA	Corona	23,71	ZAMBIA	Kwacha	5.429,83
COSTA RICA	Colón	864,23	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,64	RUANDA	Franco	854,96	ZIMBABUE	Dólar	77.840,00

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-Abril 2008	10.804 M	+ 3 % (anual)	Menos que la inflación
Pagos por turismo	Enero-Abril 2008	4.401 M	+ 4,6 % (anual)	Contención desestacionalizada
Gasto turistas en España	Abril 2008	3.063 M	0,0% (anual)	Gasto equilibrado
IPC / Viaje organizado	Junio 2008	104,156	4,8% (interanual)	Por debajo del general

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
ALONDRÁ/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS San Bernardo MADRID	91-5599110 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Diputació, 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 (bizia)	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 93-2151360
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 Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 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
HVALATRAVEL.COM Diputació, 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 91-5973868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 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 91-623 98 17
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/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC 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, 3-3ª MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor 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
EUROFERREYS 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
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1º MADRID	91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRANEA www.trasmediterranea.es	902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncruceos.com	91-7896400 Fax 91-3107215

## Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobretático BARCELONA	93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE 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 ALQUILER 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. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 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. Proclón, 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,ccAméricasPZL26ARONA(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 Fralle, 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 Guilard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6º BARCELONA	902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166667 Fax 91-5166657
RESTEL Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	91-7365040 Fax 91-7365040
RIU HOTELS Laudé 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 902 444 164
UTELL Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

## Organismos

### 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-Americanano" 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 Tourism **China**  
**GARANTIZADO RESULTADOS**  
 Tel: 91 547 58 71 / 619 360 745 fetisalain@yahoo.com,  
 alainf\_3@hotmail.com

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 de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB 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 C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5475921 Fax: 91-5416231
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
---	------------------------------

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. Adeccuarle 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 derivados 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](http://www.mesoneroromanos.com)

Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 49 Dup. 4º 28003 Madrid. Telef. 91-4423909

BOLSA ONLINE DE EMPLEO [www.Nexotur.com](http://www.Nexotur.com)

## Las agencias buscan personal con conocimientos de Amadeus

La web [www.nexotur.com](http://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.

■ **Godwana Experiences.** Madrid. Agencia de viajes ubicada en la capital busca personal en prácticas para la colaboración en la preparación de propuestas e itinerarios de viajes. Requisitos: ganas de aprender y responsabilidad. C.V.: andoni@godwana.es. ☎ 91 547 20 49.

■ **Viajes Vincit.** Agencia de viajes. Madrid. Se busca agente de viajes para el área de Empresas. Requisitos: experiencia en el Sector Turístico de más de tres años, manejo de Amadeus y Sire. Condiciones económicas a convenir. C.V.: jcperez@vincit.es. ☎ 91454 73 11.

■ **Bookassist.** Reservas hoteleras. Madrid. Se busca comercial para captación de nuevos clientes en España y Portugal. Se necesita una persona con experiencia y contactos establecidos en el Sector Turístico. Requisitos: mínimo tres años de experiencia como comercial en el Sector Turístico, conocimientos informáticos y de Internet avanzados y alto nivel de inglés. C.V.: ismael.garcia-ortega@bookassist.com. ☎ 91 547 20 49.

■ **Viajes Latino Express.** Agencia de viajes. Madrid. Precisamos agente de viajes para atención telefónica. Sueldo a negociar según conocimientos y experiencia profesional. Requisitos: imprescindible manejo del sistema de reservas Amadeus. Se valorarán conocimientos

de Galileo y Sabre. C.V.: latinoexpresviajes@hotmail.com. ☎ 91 539 12 44.

■ **Viajes Convenciones y Congresos.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos personal para ventas en mostrador en nuestra oficina ubicada en Gran Vía. Requisitos: conocimientos básicos de Amadeus y Galileo y buena disposición para trabajar de cara al público. C.V.: daniel@convencionesycongresos.com. ☎ 915213725.

■ **Viajes Crisol.** Agencia de viajes. Barcelona. Precisamos técnico comercial-formador. Se encargará del apoyo y formación de los directores de oficina en temas de adaptación y mantenimiento de empresas. Requisitos: capacidad comunicativa, estudios de Turismo (título superior o diplomado) y experiencia como comercial de viajes. C.V.: rgmolina@marsans.es. ☎ 93 444 56 00.

■ **IA Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos comercial o comercial junior para desarrollar su labor en nuestras oficinas de Madrid dedicadas al viaje corporativo. Requisitos: persona dinámica, con afán de superación, don de gentes, buena presencia y sobre todo con ganas de aprender y desarrollar su carrera profesional dentro del Sector Turístico. C.V.: gestor@iaviajes.com. ☎ 913599700.

■ **Avant Viajes.** Agencia de viajes. Barcelona. Necesitamos persona para cubrir puesto en el departamento de Operaciones y Reservas. Su función será organizar y reservar circuitos, estancias y excursiones radiales. Requisitos: se precisa per-

sona joven diplomado en Turismo o similar con una experiencia mínima demostrable de dos años en el Sector Turístico. Imprescindible nivel alto de inglés. Se valorarán otros idiomas. C.V.: adecastro@avantviajes.com. ☎ 937120289.

■ **Grupo Belma.** Agencia de congresos y eventos. Madrid. Se busca persona joven para ocupar el puesto de recepcionista. Sus funciones serán atender visitas y llamadas, asistencia a *staff* directo, mensajería y archivo. Requisitos: título de formación profesional de Administración y buena presencia. C.V.: info@grupobelma.es. ☎ 91 758 49 85.

■ **Zafiro Tours.** Agencia de viajes. Madrid. Oficina ubicada en Madrid necesita agente de viajes para realizar las reservas aéreas, hoteleras, 'paquetes' vacacionales, presupuestos, etc. Requisitos: manejo del sistema de reservas Amadeus, edad comprendida entre 20 y 25 años y experiencia de al menos un año en una agencia de viajes. C.V.: madalcer@zafiro.com. ☎ 91 710 06 59.

■ **Azimut Travel.** Agencia de viajes. Madrid. Responsable de la comercialización y ejecución de viajes de incentivos, incluyendo relaciones con clientes y corresponsales. Requisitos: idiomas, formación universitaria, preferentemente en Turismo, y al nivel en todas las herramientas informáticas de Microsoft Office. Experiencia: conocer profesionalmente un mínimo de 15 países repartidos por América, Asia y África con cuentas de España. C.V.: cv@azimut-travel.com.

## Agentes de viajes

Los datos completos y el *currículum vitae* de cada demandante están disponibles en [www.nexotur.com](http://www.nexotur.com), junto a más de medio millar de demandas de empleo.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Madrid. javier\_mayte@hotmail.com. ☎ 639 840 841.

■ **Agente de viajes.** 27 años. Oviedo. altrave@hotmail.com. ☎ 655 54 79 52.

■ **Jefe de Ventas.** 48 años. Madrid. expertoengestion@msn.com. ☎ 609 806 917.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Madrid. ponida\_@hotmail.com. ☎ 697 37 98 89.

■ **Agente de viajes.** 24 años. Albacete. s.freijomil@gmail.com. ☎ 661 76 14 32.

■ **Agente de viajes.** 40 años. Valencia. yolanda\_da\_silva@hotmail.com. ☎ 607 346 951.

■ **Agente de viajes.** 32 años. Madrid. deborahmiron@hotmail.com. ☎ 678 558 654.

■ **Agente de viajes.** 29 años. Mérida. olgagc11@hotmail.com. ☎ 669 80 38 07.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Granada. repita169@yahoo.es. ☎ 649 52 58 00.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Alicante. jpbmartinez47@hotmail.com. ☎ 676 31 57 37.

■ **Agente de viajes.** 28 años. Madrid. yesicaacosta77@msn.com. ☎ 637 72 57 37.

■ **Administrativo.** 28 años. Basauri. pacha121@hotmail.com. ☎ 661 27 30 24.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Viajes a medida

⇒ La página de Kirunna, nuevo mayorista del Grupo Orizonia, ofrece una **información** muy general de los tipos de viajes a medida, tanto individuales como de grupos, que ofrece en todo el mundo, así como sus últimas ofertas.

↓ Es muy poco **útil**, ya que su información es muy limitada.

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



<http://www.kirunna.es>

## Hoteles en Cataluña

↑ La web de Apsis Hotels presenta **información** sobre las características de sus alojamientos y los principales productos que ofrece, a la vez que dispone de un sencillo sistema de gestión de reservas, que no es válido para las agencias.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura.

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



<http://www.apsishotels.com>

## Vuelos en Norteamérica

↑ Aeroméxico presenta una página web bien diseñada que permite a los usuarios finales reservar sus vuelos desde México y EEUU. Sin embargo, sólo permite a las agencias de viajes solicitar presupuestos de vuelos chárter.

↑ Por su facilidad de uso, es una página de **utilidad**.

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



<http://www.aeromexico.com>

## Gestión de flotas

↑ La web de Enterprise informa a los clientes finales, agencias y empresas con acuerdos corporativos sobre la gestión **online** de alquiler, renta, venta y gestión de flotas de vehículos para empresas, en cinco países.

⇒ Su **utilidad** está limitada a los cinco países en los que opera.

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



<http://www.enterprise.com>

## Todo Sevilla en la Red

↑ El Consorcio de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla ofrece un página muy completa que **informa** sobre la mayoría de los temas de interés para un viajero en la ciudad y que además permite reservar alojamientos al cliente final.

↑ Por su amplio contenido resulta una **web de utilidad**.

↓ Dispone de un área para agencias, pero sin **reservas**.



<http://www.turismo.sevilla.org>

## Hoteles y vehículos

↑ La página de Hotels.com ofrece, sólo al cliente final, la posibilidad de consultar **información** y reservar muy fácilmente hoteles y coches dentro de una amplia oferta de proveedores de ambos servicios en gran parte del mundo.

↑ Por su oferta y facilidad de uso es una **web de utilidad**.

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



<http://espana.hotels.com>

## LEGISLACIÓN

### Resoluciones

#### 'Agencias de viajes'

✓ Resolución de 16 de julio de 2008, de la Consejería de Cultura y Turismo, por la que se hace pública la adjudicación del suministro de 'Actualización y reedición de material promocional turístico en los idiomas inglés, alemán y portugués de la Dirección General de Turismo'.

✓ Orden del Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, de 18 de junio de 2008, por la que se inscribe en el Registro de Fundaciones la Fundación Fomento Turístico Español.

✓ Orden del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de 16 de julio 2008, por la que se procede a la apertura y convocatoria, para el año 2008, de la línea de financiación a las entidades que integran la administración local, entidades de derecho público o empresas públicas dependientes de aquéllas, con cargo al Fondo financiero del Estado para la modernización de las infraestructuras turísticas.

✓ Anuncio de 30 de junio, relativo a la adjudicación de la contratación de la creatividad y producción de una campaña publicitaria del destino Canarias.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

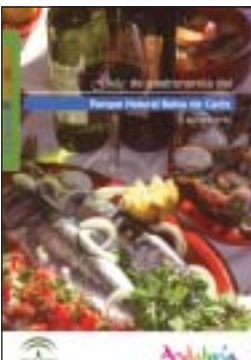
## LIBROS

### Variedad gastronómica en Cádiz

Título: Guía de Gastronomía del Parque Natural Bahía de Cádiz

Andalucía, una de las Comunidades autónomas con mayor número de visitantes, cuenta con 150 parques naturales, en los cuales los visitantes podrán disfrutar de la naturaleza de un modo sostenible. Situado sobre la Bahía de Cádiz, al este de la capital gaditana, se encuentra el Parque Natural Bahía de Cádiz, de 10.522 hectáreas y con 415.000 habitantes. Para conocer este paraje de enorme belleza natural, así como la gastronomía de la provincia, la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, ha editado la 'Guía de gastronomía del parque Natural Bahía de Cádiz y su entorno'.

En sus 120 páginas, ilustradas en todo momento con fotografías, los viajeros podrán acceder a una descripción detallada del parque, descubriendo las características esenciales del parque, sus playas, sus caños, sus salinas, los secretos de su flora, su fauna, sus recursos económicos, etc. En suma se pretende que el



visitante conozca en entorno natural en el que se ubica el parque. Pero además de los parajes naturales, el principal objetivo con el que se ha editado esta publicación es dar a conocer la variada oferta gastronómica de sus tierras. Por un lado, la guía contiene un recetario de los platos típicos de la cocina de la Bahía de Cádiz, entre las que encontrará algunas recetas de sus platos más representativos. Asimismo, para los viajeros que prefieran degustar la gastronomía andaluza durante su estancia en la Comunidad, la publicación de la Junta de Andalucía también incluye un completo índice de restaurantes, con sus respectivos teléfonos, direcciones y páginas web.

Además de la gastronomía, la 'Guía de gastronomía del parque Natural Bahía de Cádiz' también incluye mapas de la provincia, un índice de alojamientos, un código de buenas conductas y direcciones y teléfonos de interés.

www.juntadeandalucia.es

## CURSO

### Alta demanda de las agencias



El centro privado Formación Universitaria imparte el curso Empleado de Agencia de Viaje, mediante el

cual los alumnos podrán acceder de un modo rápido y sencillo a uno de los sectores más prometedores del mercado nacional, el Turismo. Para acceder al curso formativo, los interesados deberán tener más de 17 años y presentar el grado de escolar, así como interés por desarrollar su carrera en el Sector Turístico. El curso de Empleado en Agencia de Viajes está programado para obtener todos los conocimientos profesionales exigidos de forma fácil y muy rápida, pudiendo compatibilizarse con cualquier otra actividad. Una vez finalizado, los alumnos recibirán su título, expedido por Formación Universitaria, así como un diploma de la Asociación Española de Enseñanza Técnico-Profesional.

www.formacionuniversitaria.com

## CALENDARIO

### Ferias del mes de septiembre

● Del 16 al 19 de septiembre de 2008, PATA Travel Mart 2008, Hyderabad, India. Para ampliar información sobre la feria internacional de Turismo puede consultar la siguiente página web: <http://www.pata.org>.

● Del 18 al 21 de septiembre de 2008, Jata World Tourism Congress and Travel Fair, Tokyo, Japón. Para ampliar información sobre la feria internacional de Turismo puede consultar la siguiente página web: <http://jata-wtf.com/index.php?lang=en>.

● Del 20 al 23 de septiembre de 2008, KTM 2008, Kerala Travel Mart, Cochi, India. Para ampliar información sobre la feria internacional de Turismo puede consultar la siguiente página web: <http://www.keralatravelmart.org> o enviar un correo electrónico a la dirección [ktm@keralatravelmart.org](mailto:ktm@keralatravelmart.org).

● Del 23 al 25 de septiembre de 2008, MIBEXPORUSSIA 2008, 4th International Meetings Industry and Business Travel Exhibition & Conference, International Exhibition Center 'Crocus Expo', Moscú, Rusia. Para ampliar información sobre la feria consultar la página web: <http://mibexpo.ru/en/>.



# Cada día, un recuerdo extraordinario.

#### Crucero ENCANTO MEDITERRÁNEO (10 DÍAS / 9 NOCHES)

Barcelona - La Goulette / Túnez - Malta - Corfu - Messina - Nápoles - Roma - Niza - Barcelona

Salidas: 14 Junio / 5 y 26 Julio / 11 Agosto\* / 6 y 27 Septiembre

Camarote interior desde

**645€** Oferta 2X1

por persona  
(descuento ya aplicado)  
¡PLAZAS MUY LIMITADAS!



#### Crucero TESOROS DE GRECIA (13 DÍAS / 12 NOCHES)

Barcelona - La Goulette / Túnez - Malta - Katakolon - Heraklion - Kusadasi - Santorini - Mikonos - Pireo - Nápoles - Olbia - Barcelona

Salidas: 2 y 23 Junio / 14 Julio / 25 Agosto / 15 Septiembre

Camarote interior desde

**860€** Oferta 2X1

por persona  
(descuento ya aplicado)  
¡PLAZAS MUY LIMITADAS!



Vision  
Athena

Reservas en su agencia de viajes.  
[www.visioncruceos.com](http://www.visioncruceos.com)  
Información 902 88 60 08



Precios por persona en camarote doble categoría A. Consulte fechas y condiciones de promoción. Tasas y seguros no incluidos. Plazas limitadas. Oferta válida desde el 5 de mayo.  
\* Fecha no incluida en promoción. \*\* Válido para niños hasta 17 años. Sólo pagan tasas de embarque y seguro compartiendo camarote con dos adultos. Consulte las salidas.

## SUBEN

### Ylenia Viera



Europcar ha nombrado a Ylenia Viera nueva responsable de Ventas de las Islas Canarias. Con este nombramiento, Viera asume la responsabilidad del negocio de Turoperación y Venta Local en Canarias, con una relación muy estrecha con los departamentos de Incoming.

### Sonia Rodríguez



Sonia Rodríguez ha sido designada nueva responsable de comunicación corporativa de Mondial Assistance, posición desde la que se responsabilizará de consolidar la comunicación como herramienta estratégica de la compañía. Rodríguez es licenciada en Ciencias de la Información.

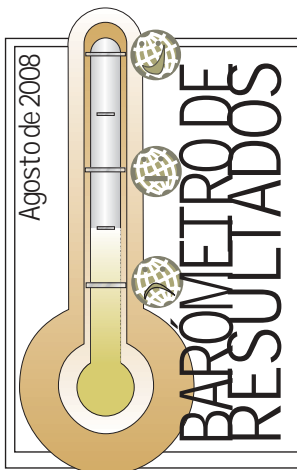
### Sandra Farreró



El Hotel Rey Juan Carlos I, perteneciente a la cadena Husa Hoteles y ubicado en Barcelona, ha llevado a cabo un proceso de reorganización de su departamento Comercial y de Marketing, incorporando a Sandra Farreró como directora de Marketing.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan Carlos Borbón	3
Entrevista / Harald Henning	4
Escaparate	5-12
Mostrador	13-15
Club	16
Hotelería	17
Evaluaneet	18-19
Indicadores	20
Booking	21
Ofertas de empleo	22
Agenda	23
Coyuntura	24



## EL MES

### Triste final de una temporada triste

Como era de esperar, agosto ha sido más de lo mismo, o mejor dicho, aún menos de lo mismo. Las ventas han seguido produciéndose de forma lánguida, lógicamente cada vez con menos intensidad y la «posttemporada» de otros años no se presenta con demasiados visos de alegría. Para colmo la inexistencia de puentes en el último trimestre con el Pilar y Todos los Santos en fin de semana, acaba con las pocas esperanzas de escapadas tardías. Pese que volvemos a los años en que sólo el business, que probablemente también empiece a recular, y el Imerso o similares permitían pasar de algún modo los períodos «valle».



Un total de 5,7 millones de turistas han visitado España en el mes de junio, lo que supone un descenso del 0,7% respecto al mismo periodo de 2007, según indica la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). En la distinción entre Comunidades autónomas, Baleares, que ha recibido el 25,9% del total de llegadas —siendo la más visitada—, ha experimentado una variación negativa del 2,1% respecto a 2007. A continuación se posiciona Cataluña, que pese a concentrar el 24,5% de las visitas, también ha cosechado una variación negativa del 5,2%. En tercera posición, y sobreponiéndose a la evolución negativa de los últimos meses, se mantiene Andalucía, con el 13,8% de los turistas —un 0,7% más que el pasado año—.

### Madrid, la que más crece

Por su parte, Canarias y Comunidad Valenciana se mantienen en cuarta y quinta posición, contabilizando 634.000 y 564.000 turistas en junio. El Archipiélago, pese a la disminución de turistas procedentes de sus principales mercados emisores de viajeros—Reino Unido y Alemania—, ha experimentado un aumento del 1% en relación al mismo periodo de 2007. En cuanto a la Comunidad Valenciana, el incremento ha sido mayor, rozando una variación del 4%. Este buen comportamiento ha estado motivado, en gran parte, por un considerable incremento de la llegada de viajeros procedentes de los países nórdicos.

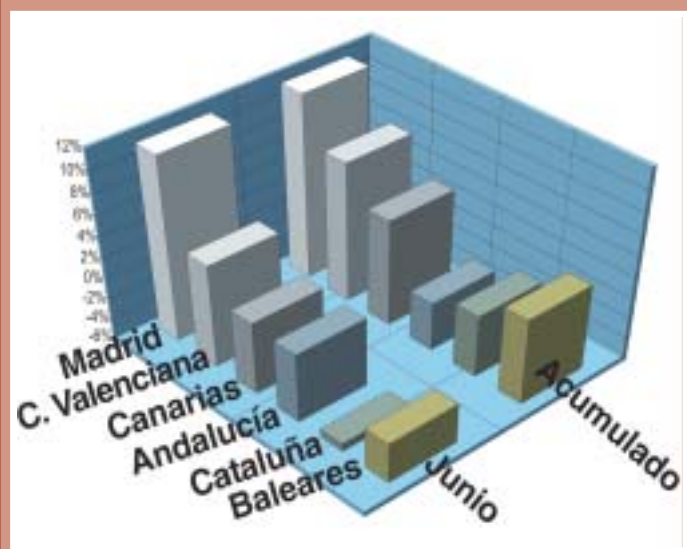
En cuanto al resto de regiones que componen el territorio español, solamente la Comunidad de Madrid ha huido de la variación negativa, mostrando un considerable incre-

## COYUNTURA

### Los viajes organizados caen un 14%

España experimenta el segundo descenso de la llegada de turistas internacionales en lo que va de año. En el mes de junio, 5,7 millones de turistas han visitado España, lo que supone un descenso del 0,7% respecto al mismo periodo de 2007. Pero además de esta disminución, también cabe destacar la importante caída de los visitantes llegados con viajes organizados, que ha sido un 14% inferior en comparación con 2007.

### VARIACIONES LLEGADAS TURISTAS



Fuente: Institutos de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

mento interanual del número de visitantes internacionales. Concretamente, con 392.000 viajeros, la Comunidad de Madrid ha experimentado un aumento del 11,6%. Este crecimiento se explica fundamentalmente por el buen comportamiento de mercados como Alemania, Reino Unido y Portugal.

### Caída del mercado británico

Pese a su peso internacional, concentrando el 29,9% de los visitan-

tes, el mercado británico ha registrado un considerable retroceso del 4,8%, siendo Baleares la Comunidad más afectada debido a su dependencia de este país. El otro mercado por excelencia, Alemania, ha emitido más de un millón de turistas —un 1% más que en 2007—, de los cuales el 50,7% tuvieron como destino Baleares.

Francia, el tercer país en importancia, ha emitido 704.000 turistas, mostrando así una evolución favorable del 2,3%. En cuanto al resto

de países, han presentado evoluciones dispares. Mientras que Italia y Suiza han registrado descensos, el resto de los mercados han aumentado el número de viajeros, principalmente Estados Unidos, Irlanda, Países Bajos y Bélgica.

Además de los datos globales, otra cifra que podría suscitar cierta preocupación en el Sector Turístico nacional es la alarmante caída de los turistas llegados con la contratación previa de un 'paquete' turístico. En total, solamente han llegado con un viaje organizado el 29,2% de los viajeros internacionales, lo que supone un descenso del 14,1% respecto al mismo periodo de 2007. Por el contrario, el colectivo de turistas internacionales que no ha contratado un 'paquete' turístico a la hora de visitar el territorio español ha crecido un 6% respecto a 2007.

En cuanto a las vías de acceso, la aérea, elegida por cerca del 79% de los turistas que han visitado España, ha permanecido prácticamente estable en relación a junio de 2007. A través de este medio de transporte han llegado un total de 4,5 millones de viajeros. Por el contrario, la carretera, con un peso del 18,8% —1,1 millones de personas—, ha protagonizado una caída del 2,5%. Finalmente, respecto al tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales, el hotelero, modalidad solicitada por el 65,5% de los extranjeros, ha permanecido estable. Por su parte, el no hotelero, con el 33,9% de los turistas, ha presentado un descenso del 1,6%. Caída que se ha dejado notar especialmente en la vivienda alquilada y en la propia o de familiares y amigos. Estos dos tipos de alojamiento representan el 7,1% y el 22,1% del total de turistas llegados a España en junio.

¿Ocio o negocio?  
Usted elige



AVIS

We try harder

Para más información y reservas, visite [www.avis.es](http://www.avis.es) o llame al 902 135 531