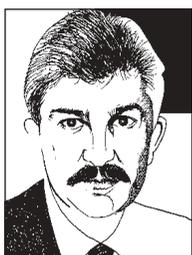




JOAN  
MESQUIDA  
**Mensaje optimista**

PÁG. 15/Mesquida asegura que el Turismo español resiste mejor que en otros países



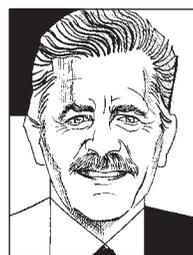
JOSÉ MARÍA  
LUCAS  
**Menor crecimiento**

PÁG. 10/En 2008 Viajes Marsans ha facturado un 2,3% más, frente al 8,9% de 2007



JOAN  
GASPART  
**Cumplir plazos**

PÁG. 13/J Joan Gaspart asegura que ya se tiene el dinero para la compra de Spanair



FELIPE  
NAVÍO  
**Apoyo a José Blanco**

PÁG. 10/AECA ofrece su colaboración a Fomento para 'salvar' al sector aéreo



ANTONIO  
MARISCAL  
**Televisión en Internet**

PÁG. 17/Bookingfax lanza una nueva plataforma de televisión en Internet

## Las ventas de agencias y mayoristas baja un 19,5% en febrero, según INE

El empleo se mantiene con un ligero descenso del 0,6% en marzo

Las agencias de viajes y turoperadores han registrado una caída en su volumen de ventas del 19,5% en febrero, según los datos del Instituto Nacional de Estadística

(INE). Por otra parte, el precio del viaje organizado se mantiene, con un ligero incremento mensual del 0,5% en marzo, según el Índice de Precios de Consumo (IPC).



Manuel López, de Intermundial.

### El seguro de viajes se vuelve imprescindible

El consejero delegado de Intermundial considera que los españoles cada vez son más conscientes de la necesidad del seguro. **Pág. 4**

### El BSP reduce su caída en marzo, con un -13%

En marzo, el BSP obtuvo un descenso del 13% en la producción total, 19 puntos porcentuales menos que en enero y febrero. **Pág. 13**

### Club NEXOTUR

Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 22**

La actividad de las agencias, tanto minorista como mayoristas, aunque con datos menos negativos que en otros sectores empresariales, también se está resintiendo por la actual crisis económica. Como señala el INE, en febrero, este segmento es uno de los que registra una menor caída. Aún así, sigue siendo significativa con un 19,5% menos que el mismo mes de 2008 y un acumulado de -15,6%. Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos (IET) indica que

los datos de afiliados en el Sector se mantienen en marzo, con un ligero descenso del 0,6%. El IPC también muestra el mantenimiento de los precios en el caso de los 'paquetes' turísticos, que en el mismo mes crecieron el 0,5%. Por último, el destino España ha recibido en marzo un 20,8% de turistas extranjeros menos que en el mismo periodo de 2008, aunque de haber coincidido nuevamente con Semana Santa, hubiera sido del -10,1%.

Escapate en págs. 10 y 13

## Caen entre el 10% y el 15% las reservas en Semana Santa, respecto al año pasado

TurNexo Madrid ha servido de escenario para el Debate NEXOTUR en el que se han analizado los resultados de la Semana Santa, expectativas para el verano y medidas anticrisis. Así, el Sector estima que las reservas han descendido entre un 10% y 15%, respecto al mismo periodo del año anterior. Dato que hubiera sido peor, de no haberse reducido la oferta aproximadamente un 30%, como señalan Asociaciones y Grupos.

Escapate en págs. 8 y 9



El Sector ha analizado la coyuntura de las agencias en el Debate NEXOTUR.

## El Parlamento pide indemnizar por retrasos en barco y autobús

El Sector apoya la mayor protección al viajero en Europa

El Parlamento Europeo apoya la creación de un sistema para proteger al pasajero de barco y autocar ante posibles retrasos y cancelaciones, al igual que ocurre en los transportes aéreo y ferroviario, que ahora tiene que ser pactado con los Gobiernos de los Veintisiete. Para el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, esta nueva norma es positiva, aunque "la casuística no se da igual en estos transportes que en el aéreo", por



Hans-Gert Pöttering

lo que esta decisión europea "no nos afectará tanto a las agencias". "Todo lo que sea clasificar y establecer normas en favor del cliente, siempre es bienvenido", señala el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras. Por su parte, el gerente de AMAVE,

Ruperto Donat, ahonda en que "esta iniciativa nos presta un buen servicio", aunque subraya que "lo que hace falta es que se cumpla".

Escapate en págs. 12

## El concurso para Turismo 'senior' quedará desierto

El concurso para desarrollar el programa piloto Senior Europeo ha quedado desierto. Fuentes de Segittur, apuntan que ha podido deberse a "la coyuntura económica", que "no anima a las empresas turísticas a embarcarse en ninguna aventura". Ahora se ha abierto un procedimiento que permite realizar alguna modificación y "negociar con empresas que hayan estado interesada en la iniciativa". **Escapate en págs. 13**

TARIFAS DE ENSUEÑO  
by AIRFRANCE

desde  
**428€**  
MEXICO

www.afkl.biz/es

Tarifa todo incluido salvo gastos de emisión. Válido hasta el 30 de abril de 2009.

## CLAVES

**Madrid, destino poliédrico**

**S**E ACERCA LA mítica fecha del 2 de mayo, fiesta de la Comunidad de Madrid. Turísticamente, tanto la ciudad como la Comunidad, especialmente en la última legislatura, se han tomado en serio el Turismo. Y, la verdad, es que no lo han hecho bien, ya que han dotado a la actividad por primera vez de unos presupuestos que, aunque insuficientes —los presupuestos, siempre lo son—, hay

que reconocerlos al menos como los más jugosos desde hace mucho.

Los profesionales de la Comunidad nunca dejaremos de soñar en la hipotética unión de es-



☞ ANTONIO CABALLOS

fuerzos en materia turística, aunque es innegable que actualmente su coordinación de acción es abundante, al menos de buenas voluntades entre los diferentes organismos, asociaciones, etc. que conforman la gestión del entramado turístico madrileño. Entre los que hay que destacar muy especialmente a un órgano no decisorio: la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio, CEIM.

La publicación del 'Libro blanco del Turismo de Madrid 2008-2018' ha venido a dotar al sector de una carta de marear, antes inexistente. Muchas son las acciones emprendidas y es de esperar que tan solo sean las primeras. El resultado está a la vista. El innegable ascenso no sólo estadístico del Turismo, mas también de negocio, colocando al Turismo como un bien económico de primera magnitud en la Comunidad. La ciudad se ha convertido en polo de atracción, ya no sólo con sus programaciones habituales, sino también en otras acciones especiales y novedosas como 'La noche en blanco' o 'Noche de los libros'.

Madrid y su Comunidad es un destino siempre de éxito y siempre fácil de programar, ya que tienen la seguridad de que sus clientes no sólo quedarán satisfechos con los profesionales del Turismo madrileño, sino con el destino en sí pues se trata de un destino poliédrico con una y mil caras. La Comunidad no se limita a la gran ciudad, está rodeada en su territorio por una serie de ciudades y lugares encantadores dignos de visitar, así como con una acumulación muy importante de sitios patrimonio de la humanidad, de fácil accesibilidad tanto para llegar a la capital, como para ser visitados desde la misma. Por tanto, programad y visitad Madrid. Nuestro producto turístico no defrauda.

☞ Antonio Caballos es presidente de AEDAVE-Madrid.

**J**'ordania es un país seguro, tranquilo, hospitalario, de fascinante variedad y de hermosos contrastes. En 2008, más de 41 turistas españoles lo visitaron, lo que representa un nuevo récord de llegadas y un incremento continuo', explica el director de la Oficina de Turismo de Jordania, Pedro Oviedo

## TRIBUNA



☞ PEDRO OVIEDO

**Jordania en diez escenas cortas**

**D**URANTE 2008, más de 41.000 turistas españoles visitaron Jordania, lo que representa un nuevo récord de llegadas y un incremento continuo. Jordania es un país seguro, tranquilo, hospitalario, de fascinante variedad y de hermosos contrastes. Es la tierra del Antiguo Testamento y del Bautismo de Jesús. El país de Petra, de Aqaba en el Mar Rojo, del desierto del Wadi Rum y del Mar Muerto. Antiguo y moderno, cuna de la civilización y símbolo de paz y tranquilidad. Jordania es un país de cultura, belleza y sorprendentes contrastes. Es una tierra antigua, y un reino moderno, que ofrece al viajero perspicaz una fascinante diversidad y la tradicional hospitalidad de su pueblo. Pocas naciones pueden presumir de una afinidad tan próxima a las grandes épocas de la historia del mundo y también de su agradable clima todo el año. Aquí el verdadero destino de la humanidad se ha visto definido, una y otra vez, durante los siglos, dando lugar a espectáculos inigualables de naturaleza y logros humanos.

Se espera que Su Santidad Benedicto XVI visite en mayo del 2009 el lugar sagrado y ponga la piedra angular en la Iglesia Cristiana ya en construcción. Su Santidad será el segundo Papa en visitar el Lugar del Bautizo después de Juan Pablo II que realizó un peregrinaje muy especial en el año 2000.

Sin duda, la joya de los grandes atractivos de Jordania es Petra que fue elegida en 2007 como una de las maravillas del mundo. Y es cierto que sólo por conocer Petra y su mágico entorno vale la pena hacer el viaje a Jordania, pero el país ofrece mucho más en una abigarrada mezcla de culturas y paisajes.

Por mucho que se haya visto, que se haya imaginado, que se haya soñado, la primera visión de la fachada terrosa y rosada de El Tesoro con sus relieves carcomidos por el tiempo, la lluvia y el viento, sus columnas corintias, sus hornacinas con esbozos de figuras, sus capiteles... ganado pacientemente a la piedra por manos nabateas deja un poso de asombro difícil de superar. Un buen conocedor de estas tierras, Lawrence de Arabia, lo expresó sabiamente: "Nunca sabrás qué es Petra realmente, a menos que la conozcas en persona".

El viaje suele empezar en Amman, la moderna capital de Jordania, conocida a lo largo de la historia como Rabbath Ammon y en los tiempos

grecorromanos como Filadelfia. La ciudad es un activo centro comercial y administrativo con un gran número de hoteles, restaurantes, galerías de arte y museos. Amman está coronada por la Ciudadela, una colina con las ruinas del Templo de Hércules, el

de una colina dominando una zona fronteriza formada por Israel, Jordania y Siria, frente a los altos del Golán y con vistas al Valle del Jordán y el lago Tiberiades. Desde la terraza del restaurante, situado en lo alto de la colina, se contempla



Palacio Omeya y una Iglesia bizantina. En este enclave, que posee más de 3.000 años de antigüedad, se encuentran numerosos restos arqueológicos romanos, otomanos y de otras culturas. Una visita al lugar, sin duda, permitirá ver los diferentes restos de las antiguas civilizaciones que pasaron por aquí.

Sólo a media hora en coche al norte de Amman se halla la ciudad grecorromana de Jerash (Gerasa en los tiempos antiguos) que ha estado habitada ininterrumpidamente desde hace más de 6.500 años. El lugar está reconocido como una de las ciudades provinciales romanas mejor con-

servadas del mundo, con pavimentos y calles adornadas con cientos de columnas, templos elevados, espectaculares teatros, espaciosas plazas públicas, mercados, baños y manantiales.

El Festival de Jerash, que se celebra todos los años en julio, transforma la antigua ciudad en uno de los acontecimientos culturales más emocionante y espectacular del mundo.

La privilegiada posición de Umm Qais. Además, de Amman y Jerash, Gadara (ahora Umm Qais) y Pella (ahora Tabaqat Fahl) fueron en un principio, ciudades de la Decápolis y ambas son de un atractivo único y particular. Famosa por la historia bíblica de los cerdos gadareños, Umm Qais está reconocida como un importante centro cultural. Se encuentra encaramada en la cima

de una colina panorámica y durante el invierno, en días claros, se puede incluso ver la cumbre cubierta de nieve del monte Hermon.

El viaje hacia el sur de Amman a lo largo de la Carretera del Rey de 5.000 años de antigüedad, es uno de los más memorables periplos en Tierra Santa, que recorre un rosario de lugares antiguos. La primera ciudad que

se encuentra en el camino es Madaba, mencionada en la Biblia, y conocida como 'la ciudad de los mosaicos'. La principal atracción en la ciudad es un maravilloso mapa mosaico bizantino del siglo VI que representa Jerusalén y Tierra Santa. Está formado por

dos millones de piezas y muestra con pulcra minuciosidad el Nilo, el mar Muerto y Jerusalén, incluida la iglesia del Santo Sepulcro. Este mosaico se halla en la iglesia griega ortodoxa de San Jorge. La mayor parte de Madaba es en la actualidad un parque arqueológico cuidadosamente restaurado, que incluye las iglesias del siglo VII de la Virgen y la del profeta Elías, y el templo de Hipólito. Este último alberga un mosaico que refleja escenas de la tragedia de Fedra e Hipólito, también se encuentran cientos de otros mosaicos repartidos por las iglesias y casas de toda Madaba.

A diez minutos hacia el oeste desde Madaba se encuentra el lugar más venerado de Jordania, junto al río Jordán: el monte Nebo, el monumento a Moisés y donde presuntamente

murió a la edad de 120 años y fue enterrado el profeta. Desde una plataforma situada delante de la iglesia se puede disfrutar de una espectacular vista sobre el valle del Jordán y el Mar Muerto. Esta es la misma que Dios mostró a Moisés, con el fondo de la Tierra Prometida, pero a la que jamás pudo llegar.

Tras las emociones de distinto tipo que despiertan los restos de imponentes culturas, se hace necesario buscar la naturaleza que aquí se presenta sobre todo en forma de desiertos. Cierta es que los desiertos de Jordania están salpicados de fincas agrícolas, fuertes, pabellones de caza y antiguos castillos, alguno tan impresionante y bien conservado como el de Qusayr'Amra declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, con muros y techos interiores cubiertos de pinturas al fresco y habitaciones que aún conservan sus suelos de mosaico colorista.

Pero su principal maravilla natural es el paisaje desértico más imponente del mundo, Wadi Rum. Las montañas de colores cambiantes con la luz del día emergen de forma vertical de la llanura arenosa. Lawrence de Arabia pasó buena parte de su tiempo aquí y muchas de las escenas de la película de David Lean se filmaron en esta zona. Wadi Rum es un paisaje de extrañas formaciones rocosas ascendentes y descendentes, conocidas como *jabals*.

Le llaman Rojo, pero bien podría haberse bautizado verde, rosa, amarillo, azul, naranja... tantos colores como la naturaleza ha derramado en estas aguas en forma de corales, plantas y peces. La puerta de entrada jordana al Mar Rojo, es Aqaba,

la única ciudad portuaria de Jordania. Sus aguas cristalinas, la abundante vida marina y el agradable clima, la convierten en un destino ideal para el *snorkel*, el buceo y los deportes acuáticos durante todo el año.

Se acerca el final del recorrido por estas tierras en las que la religión, la cultura, la naturaleza y los humanos parecen haber conseguido una simbiosis contagiosa. En el camino hacia el Mar Muerto se cruzan lugares donde debieron estar Sodoma y Gomorra, las aguas en las que Cristo fue bautizado, el castillo en el que Salomé se encaprichó de la cabeza de Juan el Bautista, la cueva en la que Lot se refugió tras ver convertida a su mujer en estatua de sal.

☞ Pedro Oviedo es director de la Oficina de Turismo de Jordania.

*La joya de los grandes atractivos de Jordania es Petra, elegida en 2007 una de las maravillas del mundo*

*Jordania es una tierra antigua y un reino moderno que ofrece al viajero una fascinante diversidad*

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero  
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotelaría) / Eduardo Santamaría (Business Travel) / Marta Ruiz (Extras) / 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 Vogeler

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

**NEXO**  
editores s.a.

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

Director de Desarrollo y Publicaciones: José Arquero Hidalgo  
Director Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña  
Director Jurídico del Grupo NEXO: Santiago Moratilla 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 Díaz / Suscripciones: Concha López Secretaria  
de Redacción: Sara Medina / Base Datos: Mar Fernández

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

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

### ▲ check-in / BOOKINGFAX

#### El 'YouTube' del Turismo español

El Grupo Bookingfax, que preside Antonio Mariscal, ha puesto en marcha una innovadora iniciativa que, en la práctica, supone implementar un *youtube* especializado para los agentes españoles.

La incorporación del video a la promoción e información turística revalida la extraordinaria capacidad de Bookingfax para ofrecer herramientas tecnológicas de última generación al Sector. La brillante trayectoria del proveedor líder en información comercial para agentes —acreditada mediante la creación del referente para los agentes en materia de ofertas y *flashes* de los proveedores—, es el mejor aval de la nueva plataforma de televisión *online* de Bookingfax, que cuenta con audiencia mayoritariamente española (95%) y que desde su creación en marzo ha recibido ya 15.000 visitas que han visualizado 37.000 videos. Por otra parte, su previsión de crecimiento para 2008, es del 12%.

"Bookingfax.tv nace de la base de contenidos audiovisuales promocionales de la que ya disponíamos en el sistema de distribución Bookingfax", explica su director general, Antonio Mariscal. Además, estos videos "sirven actualmente de soporte para la venta en las agencias usuarias".

La formidable videoteca de Bookingfax cubre el objetivo de aportar cuantiosa información audiovisual sobre productos y destinos que faciliten la elección del viaje al público final, "surgió la idea de mostrarla a través de una plataforma *online* integrada por un canal general y otros temáticos". Se trata por tanto, de una herramienta para agentes y proveedores, al servicio del cliente final.

## Qué no está pasando (y cómo actuar)



LOS AGENTES, A LA EXPECTATIVA. LOS Debates NEXOTUR dedicados a analizar los resultados de Semana Santa, y prever cómo será la temporada de verano, proponiendo *medidas anticrisis*, están resultando reveladores.

Tras el debate de TurNexoAndalucía, celebrado en Sevilla, los de TurNexoMadrid y TurNexoCatalunya (Barcelona), ya ofrecen unas interesantes conclusiones, que es de esperar se confirmen (y se amplíen) en los TurNexoValencia y TurNexoEuskadi (Bilbao).

Para empezar el descenso *bruto* de facturación esta Semana Santa en las agencias independientes se cifra entre el 20% y el 40%, si bien al haberse puesto a la venta alrededor de un 30% menos de producto, la caída *neto* de las reservas se habría situado entre el 10% y 15%.

Las medidas propuestas son diversas, aunque hay dos que destacan. La primera es la necesidad de un Pacto de Estado por el Turismo —que el presidente Zapatero apoyó, en sus declaraciones a este periódico, al llegar al Gobierno de España—, para situar la actividad como una prioridad de los Gobiernos central y autonómicos, y excluya al Turismo de las controversias de los partidos. Y la segunda, que agencias y proveedores utilicen su fuerza como grandes anunciantes para que la Prensa y los medios audiovisuales dejen de difundir noticias de corte apocalíptico, que retraen la demanda y llevan a que quien quiere y puede, no reserve.

La propuesta de que los españoles elijan este verano sus propios destinos, que el Sector Hotelero lanzó hace meses, es sugerida por el presidente del Grupo Airmet, mediante el lanzamiento de una campaña institucional con el eslogan: "Primero, España".

La confianza en el futuro es una de las apuestas de AEDAVE, cuyo presidente la sintetiza con el axioma "en estos tiempos, quien resiste, triunfa". El retraimiento de la demanda a causa de la psicosis creada por la actual carrera de malas noticias es el peor obstáculo para esta "industria de la paz y la tranquilidad" que es

el Turismo. Asustar al consumidor equivale a perjudicar al Turismo y, es tanto como "jugar con las cosas de comer". De ahí la necesidad del gran Pacto de Estado por el Turismo. Igualar el IVA y las tasas de aeropuertos y puertos (a la baja) con otros países —objetivo en el que trabaja FEAAV—, e impulsar un ambicioso plan de formación continua para los agentes desempleados (a modo de paréntesis hasta su reincorporación al Sector), y flexibilizar el mercado laboral (empezando por adecuar el Convenio estatal a la nueva realidad que sufren las empresas), son más propuestas avaladas por AEDAVE.

Erradicar la publicidad engañosa este verano, para que "las ofertas sean reales y no sólo ardidés publicitarios", es ya un clamor por parte de los Grupos comerciales.

"Hay que dejar de hablar de crisis", en palabras del presidente de AEPT, para quien lo importante es buscar soluciones y "apretar en los costes" de las empresas, "especialmente en los pequeños", y aprovechar para impulsar la formación de los profesionales.

Lo cierto es que, pese a todo, la mayoría de los agentes temían que la Semana Santa "fuese peor de lo que ha sido", según el presidente del Grupo Unida, a la vista de la catarata de anulaciones (entre un 15% y un 20% según este grupo). Al final, lo peor han sido los clientes que han obviado la agencia, reservando en directo el alojamiento y vuelo, ignorando que los gastos de bolsillo acaban encareciendo esta opción frente a la del 'paquete'. Y los que "se han ido al pueblo" para no renunciar a sus vacaciones y recortar gastos.

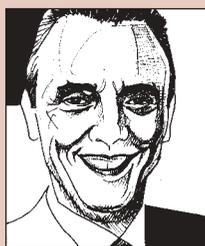
En suma, el diagnóstico más común es que "el futuro no está peor ni mejor, el problema es que no se sabe", en una síntesis de los Debates NEXOTUR (Sevilla, Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao), pulsando la opinión del Sector.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**Analizar el resultado de Semana Santa, prever los del verano y proponer medidas 'anticrisis' es el objetivo de los Debates NEXOTUR en Barcelona, Bilbao, Madrid, Valencia y Sevilla**

### ★ personaje de la semana / Joan Gaspart

El carismático presidente del Grupo HUSA (y alma del Turisme de Barcelona) ha comunicado que dispone de los recursos para que empresarios catalanes tomen los mandos de Spanair, al objeto de asegurar que El Prat recupere



el protagonismo que corresponde a la potencia emisora y receptiva barcelonesa. Asimismo, asegura contar con el Grupo Marsans y el ex presidente de Spanair, Gonzalo Pascual, en la futura comercialización (¿y la gestión?) de la compañía.

### ★ la chispa / Quique



### ▼ check-out / DEMANDA EMISORA

#### Malas noticias: la peor noticia

"Los medios de comunicación son responsables de que muchos consumidores españoles que necesitan, quieren y se pueden permitir viajar, retrasen sus reservas, ante la incertidumbre que les genera la actual sucesión de malas noticias". Esta reflexión crítica la realizó públicamente el ex presidente de FEAAV, Jesús Martínez Millán, en el Debate NEXOTUR sobre la crisis, celebrado en Madrid.

Una vez más, la Prensa es objeto de críticas por parte de los agentes, en razón a las consecuencias de su *enfoque* de la crisis, y al efecto causado por la *opinión publicada* sobre la opinión pública.

Lejos de todo corporativismo, cabe constatar el viejo axioma periodístico que hace de las malas noticias las mejores noticias, desde el punto de vista de la audiencia. En radical contraste con la opinión contraria del Sector, para quien las malas noticias son, en sí mismas, la peor noticia posible.

El Empresariado sectorial no es el único en señalar a los medios de comunicación —que viven, como empresas que son, la crisis en carne propia—, como responsables de agravar el retraimiento del consumo provocado por la situación económica y, con ello, dificultar aún más la marcha de las empresas.

Conocidos empresarios de diversos sectores expresan públicamente sus críticas hacia lo que consideran como "grave irresponsabilidad" y un "ejercicio de catastrofismo sumamente perjudicial". Mientras, los *lobbies* empresariales multiplican su presión sobre los propietarios de medios para intentar que los periodistas moderen las malas noticias.

Y saque cada cual sus propias conclusiones.

**Nuestra cartera de clientes está muy diversificada, pero el viaje vacacional copa el 65% dentro del volumen de negocio global / Una importante parte del trabajo de Intermundial es su labor de formación continua para los agentes / Intermundial Seguros no es una aseguradora convencional sino *broker* de seguros líder del Sector Turístico**

## «Los españoles cada vez son más conscientes de la necesidad del seguro»

Manuel López / Consejero delegado de Intermundial

*Grosso modo* "se han cumplido las previsiones de negocio que Intermundial había vaticinado para el 2008", apunta su consejero delegado, Manuel López. Concretamente, hay que destacar su facturación, con la que se han acercado a los 15 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 12%.

**P.- ¿Cómo han sido los resultados de Intermundial en 2008?**

**R.-** En líneas generales se han cumplido las previsiones de negocio que Intermundial se había planteado, tanto a nivel de facturación, como de crecimiento en número de clientes, acuerdos de colaboración e incluso en presencia en las principales focos turísticos, con las aperturas de nuestras oficinas en Las Palmas de Gran Canaria y Coruña.

La facturación de 2008 se acercó a los 15 millones de euros, en concreto 14.780.000 euros, lo que supone un 12% de incremento respecto a 2007.

**P.- ¿Qué expectativas de crecimiento tienen en el corto y medio plazo Intermundial?**

**R.-** En el corto plazo contamos con mantenemos tanto en cuota de mercado como en ingresos. En cuanto al largo plazo es mucho más difícil predecirlo, pues dependemos de la recuperación de la economía como el resto del sector. Así esperamos que cuando ello acontezca, volvamos a las cifras de crecimientos que se estaban dando previamente a esta situación extraordinaria, tanto en crecimiento económico, como en expansión de la empresa.

**P.- ¿Qué rentabilidad tienen los seguros para una agencia?**

**R.-** Los beneficios por parte del seguro para la agencia se canalizan por varias vías. Por un lado, comisiones que percibe la agencia sobre las ventas del mismo, que premia su esfuerzo comercial. También es importante, que a través de los seguros que gozan de cobertura de cancelación, como por ejemplo el Seguro Anulación Plus®, y una correcta estrategia de comercialización de los mismos, la agencia consigue que sus reservas lleguen antes, pues sus clientes quedan protegidos de los eventuales imprevistos que puedan suceder de una forma muy amplia, incluyendo coberturas como la de despido laboral, ERE, nueva contratación y así hasta más de 30 causas garantizadas.

A continuación, destacar la disminución de reclamaciones, ya que con un seguro apropiado para el tipo de viaje de cada cliente la agencia minimiza los efectos de los posibles incidentes. Por último, la fidelización, ya que un buen servicio y una buena atención llevan a

la agencia de viajes a ofrecer con el seguro un valor añadido a su viaje, y la consecuencia final de esto es la fidelización del cliente, fundamental para cualquier empresa.

**P.- ¿Cómo valora la situación actual de la contratación de pólizas de seguros para viajes y su evolución?**

**R.-** Se están manteniendo la evolución de los últimos años. El mercado español es cada vez más consciente de la necesidad de viajar con la protección adecuada. Esto supone que el viajero cada vez tiene mayor conocimiento de los seguros y se ha visto incrementada la

solicitud de productos más amplios y a medida de cada tipo de viaje. En momentos de crisis las agencias buscan alternativas de facturación y rentabilidad, y el seguro es una herramienta que les permite crecer.

**P.- ¿Las agencias han influido en ese aumento de la demanda de seguros por parte del particular?**

**R.-** El detonante de que el viajero adquiera un seguro de viaje es que el agente de viajes comprenda sus necesidades y le sepa ofrecer el producto asegurador adecuado para éstas, pues es el que mantiene el contacto real con el cliente y el que mejor conoce los riesgos, a los que en cada viaje, su cliente se expone.

**P.- ¿Cómo responde Intermundial a los nuevos tipos de viajes que se producen con la evolución del mercado español?**

**R.-** Nuestra relación constante y fluida con todos los turoperador, y agencias de viaje del mercado nos



permite diseñar productos flexibles y adecuados para las tendencias que van surgiendo en el mercado; desarrollando así productos, en principio únicos, que se van estandarizando a medida que estas tendencias se consolidan en el mercado. Así Intermundial ofrece una amplia flexibilidad en sus productos, impensable en el sector seguros hace unos años.

**P.- ¿Qué esfuerzos está realizando en la formación de los agentes?**

**R.-** Una importante parte del trabajo de la fuerza de ventas de Intermundial es su labor de formación continua para los agentes de toda

España. Como consultores de riesgo siempre aconsejamos a las agencias que trabajan con nosotros, o que empiezan a colaborar, concertar cursos de iniciación o de reciclaje en seguros, pues ello les ayuda a desenvolverse mejor en esta tarea y a poder ofrecer una atención más completa a sus clientes. Si bien en Intermundial disponemos de un Servicio de Atención 24horas que resuelve cualquier duda que se le pueda plantear al agente.

**P.- ¿Cuáles son los canales de distribución que utiliza Intermundial?**

**R.-** La comercialización de Intermundial está basada principalmente

en el B2B (Business to Business) si bien desde hace tres años contamos con un canal de venta *online* dedicado al B2C (Business to Consumer). Nuestro volumen de negocio principal proviene de la venta de seguros a través de agencias mayoristas y minoristas y otras empresas del Sector, para las que desarrollamos productos específicos para su actividad y necesidades.

**P.- ¿Cuál es la clave para que las agencias prefieran Intermundial?**

**R.-** Intermundial no es una aseguradora, sino *broker* de seguros líder del Sector Turístico. Trabajamos con las principales compañías de seguros tanto a nivel nacional como internacional, y nos da la posibilidad de que el cliente pueda disponer de un abanico de posibilidades, de forma que su elección sea la que más se adapte a sus necesidades. Además, Intermundial cuenta con productos y servicios ya desarrollados de alta calidad, y con el valor añadido que aportan los más de 20 consultores de riesgo que integran la parte estratégica de su equipo. Así cualquier agente del Sector, ya sea agencia de viajes tradicional u *online*, puede recibir siempre el producto o servicio adecuado a sus necesidades.

**P.- ¿Qué porcentaje de sus ventas corresponde al viaje vacacional?**

**R.-** Intermundial cuenta con una cartera de clientes muy diversificada, pero evidentemente el viaje vacacional es el que más porcentaje posee dentro del volumen de negocio global, siendo de un 65% respecto al total de viajes.

**P.- ¿En qué destinos aseguran más sus desplazamientos los españoles?**

**R.-** Fundamentalmente en los viajes de larga distancia los seguros de viaje se contratan en mayor medida. Aunque sigue siendo el viaje para la práctica de esquí y deportes de invierno el que tiene un mayor porcentaje de contratación.

**P.- ¿Cómo afronta Intermundial Seguros la crisis coyuntural?**

**R.-** Intermundial sigue avanzando y lanzando productos que ayuden a dinamizar el mercado. Es vital que el viajero recupere la confianza sobre la inversión realizada, para ello hemos puesto a disposición del Sector los productos Plus®, que garantizan entre otras la devolución del importe del viaje por situaciones como: desempleo, ERE, movilidad geográfica, traslado de residencia por causas laborales, etc. Los principales turoperadores de estancias, y así como algunas mayoristas vacacionales, agencias de viajes, como *online* y otras empresas del Sector que apostaron por la calidad, ya están aprovechándose de estas ventajas que suponen una importante herramienta para la lucha contra la crisis. Además, creemos en una estrategia basada en la diversificación de riesgos, lanzando nuevos productos y servicios que afrontan la actual situación del mercadeo y que aportan valor añadido a sus clientes para que se adelanten reservas y mejoren su cuenta de resultados.

*En mayor medida los españoles suelen contratar seguros cuando realizan un viaje de larga distancia*

*Principalmente vendemos a través de agencias mayoristas, minoristas y otras empresas del Sector*

### ‘Especialización, I+D, calidad y tecnología’

Las claves en las que se basa nuestra oferta pasa por cuatro puntos clave. En primer lugar, la especialización, con el objetivo de cubrir todas las necesidades en materia de seguros de viaje, seguros profesionales exclusivos para las empresas del Sector y seguros personales para los em-

pleados de las mismas. En segundo lugar, el I+D, creando y desarrollando nuevos productos en materia de seguros y servicios adelantándonos a las demandas del mercado. En tercer lugar, la calidad, ya que Intermundial ha sido el pri-



MANUEL LÓPEZ

mer *broker* de seguros especializado en el Sector Turístico de España en obtener la certificación de calidad ISO 9001:2000. En cuarto lugar, tenemos que señalar la dedicación a las nuevas tecnologías, y es que apostamos por la innovación

y ponemos a disposición de todos nuestros clientes la contratación *online* de cualquier tipo de seguro, así como una herramienta de trabajo para las empresas del Sector a través de [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es), donde se puede acceder a las cuatro grandes secciones de las que dispone nuestra página web.

# COSTA RICA

Sin Ingredientes Artificiales

VERANO 2009

DESCUENTO HASTA  
**18%**  
VENTA ANTICIPADA  
VERANO 2009



SOLICITA YA  
NUESTRO FOLLETO  
COSTA RICA BUSQUE SU COLOR  
EN TU AGENCIA DE VIAJES

## Costa Rica Naturaleza y Playa

9 días/7 noches

Visitando:

San José, P.N Tortuguero,  
Volcán Arenal,  
Playas de Guanacaste

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero



desde

**1.425€**

## Costa Rica P.N al Completo

11 días/9 noches

Visitando:

San José, P.N de Tortuguero,  
Volcán Arenal, Monteverde  
P.N Manuel Antonio

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero y  
Media Pensión en Monteverde



desde

**1.516€**

## Costa Rica Sabores y Colores

RUTAS EN  
**4X4**

14 días/12 noches

Visitando:

San José, P.N Tortuguero,  
Volcán Arenal, P.N Rincón  
de la Vieja, Monteverde, P.N  
Manuel Antonio

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero y  
Media Pensión en Monteverde



desde

**1.763€**

## Costa Rica Espectacular

13 días/11 noches

Visitando:

San José, P.N Tortuguero,  
Volcán Arenal, P.N Rincón de  
la Vieja, Playas de Guanacaste

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero  
Todo Incluido en Playas de  
Guanacaste



desde

**1.699€**

## Costa Rica Del Caribe al Pacífico

11 días/9 noches

Visitando:

San José, P.N de Tortuguero,  
Cahuita, Volcán Arenal,  
Playas de Guanacaste

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero y Todo  
Incluido en Playas de Guanacaste



desde

**1.666€**

## Todo Costa Rica

16 días/14 noches

Visitando:

San José, P.N Tortuguero, P.N  
Cahuita, Volcán Arenal, P.N  
Rincón de la Vieja, Monteverde,  
P.N Manuel Antonio

Desayuno Diario Pensión  
Completa en Tortuguero y  
Media Pensión en Monteverde



desde

**1.771€**



Incluye Billete de Avión en clase turista, Traslados con guía y acompañante, Estancia en Hoteles previstos en régimen según programa, Seguro de viaje, Tasas y Carburante, 150€. No incluido salida del país 26USD. Precios con el máximo descuento por venta anticipada hasta un 18% para reservas realizadas antes del 30 de Junio para viajar en Junio, Julio, Agosto y Septiembre. Los precios Finales Pueden sufrir modificaciones debido a variaciones de Tarifas Tasas y/o Carburantes. Plazas limitadas.

INFORMACIÓN Y RESERVAS EN TU AGENCIA DE VIAJES

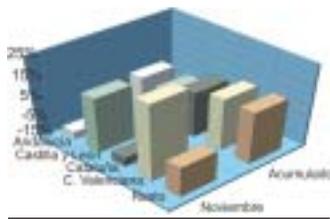
[www.mundicolor.es](http://www.mundicolor.es)

# escaparate

## En noviembre se registran 12,2 millones de viajes

Hasta el momento los españoles continúan viajando y así lo demuestran los 12,2 millones de desplazamientos de noviembre de 2008. La cifra es más positiva al extranjero con un incremento interanual del 3,7%. **Pag. 32**

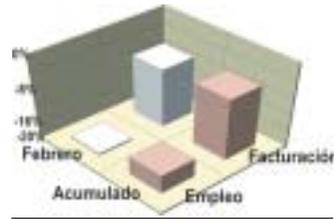
### Comunidades de destino



## Disminuyen las ventas del Turismo en un 14%

Las agencias y mayoristas experimentan una abrupta caída en su facturación y una caída en las ventas del 19,5%. Entre los diferentes subsectores Turísticos, los servicios de alojamiento son los peor parados, con un 20,8%. **Pag.13**

### Variación de Empleo y Facturación



## Crece en un 0,5% el IPC del viaje organizado

Tras varios meses de bajadas, el IPC del viaje organizado registra un crecimiento mensual del 0,5%. Pese a este ligero avance, las tarifas de los 'paquetes' turísticos continúan siendo inferiores a las del pasado año. **Pag. 10**

## ■ Prontuario

### Imagen distinta y personal

**L**A RUTINA ES MALA CONSEJERA. Y en el caso de la promoción y publicidad es casi mortal. Deberíamos aprender de las empresas que trabajan principalmente sobre su imagen de marca y, sin embargo, logran cambiar el mensaje y captar la atención.

Este preámbulo viene a cuento por que estoy viendo que la gran mayoría de nuestras empresas enfocan su esfuerzo comercial

principalmente en sus ofertas. No deja de ser el "y nosotros más barato todavía".

En otras palabras, solamente enfatizan el precio de los productos que venden. Y eso no

sólo no aporta nada, sino que no nos diferencia de lo que pueda ofrecer nuestra competencia.

Me suena mucho más al peligroso juego de abaratar nuestro patrimonio y, por ende, bajar la calidad que debemos siempre y en todo caso tener y servir. Y eso lo empeora aún más, ya que la imagen que queda con este procedimiento, por parte de la red de comercialización, y especialmente por el consumidor final, es el que la percepción de la calidad ofertada es baja y consecuentemente se desacreditan nuestros productos.

Los productos y servicios que podemos ofrecer son nuestras 'estrellas' y no su coste. Enfocemos nuestro esfuerzo comercializador hacia aspectos concretos y que sí nos pueden dar esa imagen distinta y personal. Me refiero a los elementos diferenciadores y a los valores añadidos que estoy seguro que tenemos en cada una de nuestras empresas. Lo que falta es innovación, valentía y ganas. Confío plenamente en nuestro Sector tiene todo eso y mucho más que ofrecer.

⇒ Claudio Meffert es director del Consejo asesor de NEXOTUR.

# Disminuyen entre el 10% y el 15% las reservas en Semana Santa, gracias a la reducción de la oferta

Una de las tendencias de viaje para este periodo vacacional ha sido la planificación de última hora

A pesar de que las reservas en Semana Santa cayeron aproximadamente entre un 10% y 15% respecto al año anterior, coincidiendo con los resultados del sondeo previo realizado por NEXOTUR, se

ha vendido todo lo que se ha ofertado. Un hecho que se traduce en el hecho de que las agencias de viajes no se han arriesgado y han ajustado la oferta. En cuanto a los precios, éstos coinciden con el año

anterior, es decir que no se han incrementado, algo que no ha permitido mucho margen de beneficio. Por otra parte, como ya se vaticinaba las ciudades de interior de España han sido las triunfadoras.

En conjunto, los resultados analizados por los profesionales del Sector coinciden en que esta Semana Santa no ha sido tan mala como en un principio se esperaba. También es cierto que este optimismo se debe gracias a que no se han subido los precios de las ofertas y que se ha optado por los destinos más cercanos y claro está, más baratos. A esto, el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, incide en que "teniendo en cuenta como están otros sectores, no hemos obtenido malos resultados".

Tras unas previsiones poco alentadoras, "los españoles no renuncian a viajar", asegura el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, una afirmación que viene fundada por la tendencia durante esta Semana Santa de desplazarse, "aunque sea lo justo", sobre todo "en tren y por carretera". Las distancias cortas, el Turismo rural y el Turismo de interior, en el que se incluyen visitas fugaces a ciudades patrimonio, ha sido lo más destacado de estos días de descanso. En cuanto a los viajes realizados fuera de nuestras fronteras, hay que destacar tres destinos, Roma, París y Praga, "pero no ha sido lo más común en estos días", indica Maciñeiras.

### Bajan las ventas

El descenso interanual en las ventas en Semana Santa "oscila entre el 10% y 15%" según el presidente de AEDAVE. En este sentido, el presidente de la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viaje (AGRUPA), Agustín Lamana constata que la caída "ronda el 14%" y el gerente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), Rupert Donat, asegura que la cifra "se aproxima más al 15%". Para Donat, estos días han estado caracterizados por "dos caras claramente diferenciadas", por un lado "la reducción cuantitativa de ventas respecto a años anteriores", y por otro, que "todo lo que

se ha ofertado se ha vendido", aunque "el precio se haya ajustado a las circunstancias". Esta afirmación la apoya el presidente de FEAAV, concretando que "se han mantenido los precios y esto supone menos ingresos y menor rendimiento".

### La nieve supera a la playa

Las ciudades de interior de España han sido las grandes triunfadoras de Semana Santa "sobre todo las que tienen una buena oferta cultural", o las que sus hoteles "tenían algún complemento como un *spa*", apunta Maciñeiras. Esta tendencia ha facilitado "aprovechar al máximo la estancia en el destino cercano" y con vistas a "una posible climatología adversa, como la que hemos sufrido". También hay que destacar "la buena temporada de nieve que estamos teniendo", señala el presidente de AGRUPA, ya que "hacía tiempo que no duraba tantos meses en tan buenas condiciones". Por esta razón, a pesar de que han bajado las reservas respecto al año anterior, "la nieve ha sido una apuesta segura", concreta Lamana.

### Menor ocupación hotelera

Respecto a los datos de ocupación media hotelera, facilitados por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), éstos se han situado por encima del 75% en los días centrales de fiesta, lo que supone un descenso porcentual de entre ocho y 10 puntos respecto al año anterior. No obstante, en estos días ha destacado el buen comportamiento de las Comunidades de interior y de algunas provincias de Andalucía, que llegaron a mejorar los datos de 2008. En cuanto a destinos turísticos tradicionales como Levante, Canarias y Cataluña los hoteles registraron ocupaciones ligeramente inferiores a 2008.



Los destinos de interior de España han sido los lugares más visitados.

## Gallego: 'No hemos tenido malos resultados respecto a otros sectores'

El presidente de FEAAV, Rafael Gallego, aporta al análisis de Semana Santa, que "teniendo en cuenta como están otros sectores, no hemos obtenido malos resultados". Además, Gallego apunta que "se han mantenido los precios y esto supone menos ingresos y menor rendimiento".

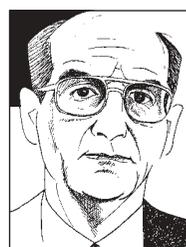


Rafael Gallego

Como tendencias, la prolongación de la nieve ha contribuido a que "la gente se haya animado a reservar viajes para disfrutarla". Y los que "ya están hartos de frío y tienen mono de sol y playa han optado por viajar a las costas, incluyendo a Baleares, Canarias y Portugal".

## Maciñeiras: 'En esta Semana Santa, los españoles no renuncian a viajar'

La frase: "Los españoles no renuncian a viajar", es una de las conclusiones más destacadas de los resultados de Semana Santa, formulada por el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras. Esta afirmación viene fundada por la tendencia, durante es-



J.M. Maciñeiras

tos días vacacionales, de desplazarse, "aunque sea lo justo", sobre todo "en tren y por carretera". Esto se ha dado, sobre todo "por la decisión de viajar en el último momento", una preferencia que podría estar presente en los viajes de la época estival en 2009.

## AEDAVE lanza un plan de formación para mejorar la profesionalidad de los agentes

AEDAVE continúa apostando por la formación de los agentes de viajes. La Asociación presidida por José Manuel Maciñeiras ha puesto en marcha un plan de formación con el objetivo de incrementar la profesionalidad de los mismos, así como para dotar de "mayor competitividad a este tejido productivo".

Los 31 cursos ofertados, que se desarrollarán entre mayo y diciem-

bre, versarán, entre otros temas, sobre la comercialización a través de Internet de productos turísticos; cómo elegir, implantar y mantener un sistema de reservas *online*; y técnicas y herramientas de fidelización. Los destinatarios de este plan, de carácter gratuito, serán profesionales ocupados en el Sector de agencias de viajes y demandantes de empleo interesados en algunas de las

propuestas de AEDAVE. El presidente de la Asociación confirma que las acciones que integran el plan han sido financiadas por la Fundación Tripartita para la Formación para el Empleo, el INEM y el Fondo Social Europeo. Para formalizar la inscripción, los interesados deberán ponerse en contacto con el departamento de Formación en el 902 420 600 o en [aedave@formaciondigital.com](mailto:aedave@formaciondigital.com).



La Asociación lanzará este año un total de 31 cursos para agentes de viajes.

## Los hombres se toman más días de vacaciones que las mujeres

Los hombres españoles están más dispuestos que las mujeres a coger más días de vacaciones. Así, mientras que el porcentaje de los varones es del 9%, en el caso de ellas apenas alcanza el 6%. La mayoría de estos grupos (un 13% y un 10%, respectivamente) son adultos de 35 a 44 años y de 45 a 54 años, según los datos facilitados por Expedia.es en su encuesta internacional 'Vacation Deprivation Survey'. En este mismo estudio también se refleja que los jóvenes españoles se toman menos días de sus vacaciones permitidas que los adultos, con una media de 29 días por persona, en vez de 30 como los segundos.

Otro dato a señalar es que este año los españoles son los europeos menos dispuestos a coger más días de vacaciones de los que les corresponden. Sólo un 7% de los ciudadanos del país se toman más días de los convenidos. Sin embargo, estados como Italia, con un 13%, o Francia, con un 20%, nos superan claramente en este apartado. Por otra parte, el 5% de los trabajadores españoles de renta alta se cogen menos vacaciones que los de renta baja, que lo hacen en un 13%. Además, un 18% de los trabajadores no se toman todos los días que les pertenecen de vacaciones porque prefieren que se las paguen, una magnitud que ha bajado respecto al pasado ejercicio en un 24%.

### El 15% no coge todos los días

Igualmente, como sucede con los alemanes, un 15% de los españoles no disfrutan de los días que les pertenecen porque no lo planifican con tiempo. En Francia, esta proporción es sensiblemente inferior (12%) y en Inglaterra, superior (17%). Los estadounidenses son los que menos vacaciones tienen y nunca cogen todos los días que les corresponden. Además, uno de cada cinco trabajadores ha tenido que cancelar o posponer sus vacaciones por motivos laborales. A esto hay que añadir que un 30% de los empleados estadounidenses tienen problemas en algún momento de sus vacaciones debido al estrés por el trabajo.





### TODOS NUESTROS PASAJEROS A MÉXICO VIAJAN EN VENTANILLA

A partir del 15 de junio, AirComet te lleva a México DF y a partir del 22 de junio a Cancún en la nueva flota de A330/200, equipada con el mejor sistema de entretenimiento del mercado: pantalla táctil individual para todos los pasajeros con 16 películas, 9 videojuegos con la opción de jugar entre pasajeros, 57 CD's, las mejores series de TV... Y si lo que quieres es descansar, en AirComet tienes 2.5 pulgadas más de espacio entre asientos. Infórmate en tu agencia de viajes, en [aircomet.com](http://aircomet.com) o en el 902 380 350.

# Caen entre el 10% y el 15% las reservas en Semana Santa respecto a 2008, por la reducción del 30% de la oferta

El jueves 16 de abril se celebraba el Salón TurNexo Madrid donde casi 200 agentes de viaje del Sector se acercaban al Hotel Santo Domingo en la capital para escrutar las pro-

puestas para la temporada estival de una selección de proveedores. Por otra parte, el Debate NEXOTUR constata la bajada de las reservas realizadas en Semana Santa que os-

cila entre un 10% y 15%. La reducción de oferta ha favorecido que el descenso de la facturación de las agencias de viajes no haya sido mucho mayor.

El Hotel Santo Domingo ha sido el escenario de la celebración del Salón TurNexo Madrid, el segundo de los cinco programados para esta temporada al que han asistido casi 200 profesionales del Sector. A las 11 de la mañana inauguraba este evento que cumple en esta una década, con el tradicional corte de cinta, el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, junto con los representantes del Sector que una hora antes, participaban en el Debate NEXOTUR.

En este encuentro previo al Salón TurNexo, en el que se analizaba la 'Evolución de las ventas en 2009' y las 'Medidas anticrisis' a tomar por las Administraciones y el Empresariado, se ha dejado patente la preocupación del Sector Turístico que existe en estos momentos ante la actual coyuntura económica, la disposición para superar los obstáculos y la llamada de atención al Gobierno para que desarrolle medidas eficaces contra la crisis. Al debate asistían los presidentes de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras y Antonio Caballos; el pasado presidente de FEAAV, Jesús Martínez Millán; el gerente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), Ruperto Donat; el presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), José Antonio Carrasco; el presidente del Grupo Airmet, Juan José Oliván; y el director general del Grupo Unida, José Luis Ramil Alia.

## Menor oferta

Respecto a los resultados obtenidos en Semana Santa, estos días "la facturación ha caído entre el 25% y el 40%", indica Oliván, y "no ha ido tan mal en algunos destinos, pero a pesar de esto los resultados no han sido buenos", señalaba Caballos. Esta última afirmación la apoyaron todos los demás asistentes, matizando que el descenso interanual de las reservas ha sido de

entre el 10% y el 15%, gracias a la reducción de ofertas. "La oferta para esta Semana Santa ha sido menor, salvo en el caso de las cruceristas, que la han aumentado", apunta Donat. A esto, Millán añade que "se ha reducido la oferta en un 30% y en verano también se ajustará, alcanzando quizás el 20%". Por su parte, Ramil y Donat coinciden en que muchos clientes han optado por reservar por su cuenta tanto el hotel como el transporte, obviando a la agencia de viajes como mediadora, "y no han tenido en cuenta que al final esta opción sale más cara", aclara el director general del Grupo Unida.

## Se retrasan las reservas

Otros temas importantes que se han debatido han sido cómo enfrentarse a esta crisis, las medidas y soluciones a tomar y el efecto de la demanda sobre la desconfianza que se ha instalado en los clientes. "El Turismo es la industria de la paz y de la tranquilidad", apunta Maciñeiras, "es por eso que la actual incertidumbre, es muy negativa para nosotros", recalca. Esta sensación se extiende y "repercute en que se retraiga el consumo", por esta razón "debemos dar más noticias favorables y crear un clima de confianza", incide el presidente de AEDAVE. "El futuro incierto impide que el cliente no reserve con antelación", añade Millán.

Entre las soluciones que ayudarían a encarar mejor la situación económica actual, destaca la petición de Oliván y de otros asistentes de "un Pacto de Estado entre todos los partidos que propicie medidas para fortalecer el Turismo". Otros participantes en el debate también han aportado la posibilidad de reducir costes, "sobre todo los pequeños, que a la larga hacen mella", insiste Caballos. Por otra parte, la reducción del IVA, del 16% al 7%, el cierre del grifo crediticio por parte de la Banca, comple-



Mesa del Debate NEXOTUR en el Salón TurNexo Madrid del Hotel Santo Domingo el pasado 14 de abril.

tan las intervenciones más notorias sobre este tema. Maciñeiras ahondaba en este asunto y dejaba clara su postura sobre la clara discordancia que existe con el Ejecutivo, ya que, a pesar de que "somos la primera industria del país, no se financia al Turismo debidamente".

El Salón TurNexo Madrid ha sido el segundo de estos encuentros que congregan a los agentes de viaje emisores. El siguiente se celebrará en Barcelona (jueves 23 de abril) en el Hotel Eurostars Grand Marina, cinco días después será el de Valencia (martes 28 de abril) en el Hotel Ayre Astoria Palace; y por último en Bilbao (jueves 30 de abril) en el Hotel Ercilla. Para asistir sólo es necesario ser un agente de viajes en activo, preinscribirse en la web del Salón y sellar el pasaporte en cada uno de los stands de TurNexo. Entre las ventajas de la preinscripción online, destaca la posibilidad de asistir al cóctel del Salón—confirmando previamente la asistencia— y recoger el reloj Junghans que la organización regala a todos aquellos agentes asistentes que hayan cumplimentado correctamente el pasaporte TurNexo.



Al Debate NEXOTUR acudieron profesionales del Sector Turístico.



Los ponentes del Debate moderados por el director de NEXOTUR.



## Suscríbase ahora al Periódico de la nueva Agencia

### ...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

NEXOTUR ofrece a los Agentes de Viajes un regalo excepcional con la Suscripción al Periódico: la nueva edición de la 'Guía de Proveedores' del Sector. La última edición, con los bookings actualizados de todas las Mayoristas, Cadenas Hoteleras, Centrales de Reservas, Compañías Aereas, Marítimas, de Ferrocarril y Alquiler de Coches, así como Empresas de Servicios y Organismos.

Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39

### BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

Desco suscribirme a NEXOTUR durante 1 Año, recibiendo la nueva 'Guía de Proveedores', por sólo 99 Euros.

D./Dº: .....

Agencia: .....

Dirección: .....

Ciudad: ..... Prov.: .....

C. Postal: ..... CIF: .....

Tel: (.....) ..... Fax: .....

Fecha Nacimiento: .....-1.9... Firma: .....

---

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

Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco: .....

Titular: .....

CIF: .....

Firma: .....

# TurNexoMadrid cumple una década mostrando a los agentes las novedades de los proveedores para la temporada de verano

TurNexoMadrid ha celebrado su 18ª edición con la presencia de los principales proveedores del Sector

El presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, ha sido el encargado de inaugurar el Salón TurNexo Madrid, junto a representantes del Sector como el pasado presidente de FEAAY,

Jesús Martínez Millán, el gerente de AMAVE, Ruperto Donat, o el presidente del Grupo Airmet, Juan José Oliván. Cerca de 200 agentes de viajes han participado activamente en la 18ª

edición del Salón Profesional, en su décimo año, recorriendo todos los stands de una gran variedad de proveedores seleccionados como expositores en el Hotel Santo Domingo.



El presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, procede a realizar el corte de la cinta inaugural del Salón Profesional, junto a los líderes del Sector. Estuvieron presentes el presidente de AEDAVE-Madrid, Antonio Caballos; el pasado presidente de FEAAY, Jesús Martínez Millán; el gerente de AMAVE, Ruperto Donat; el presidente de AEPT, José Antonio Carrasco; el presidente del Grupo Airmet, Juan José Oliván; y el director general del Grupo Unida, José Luis Ramil Alia.



Alrededor de dos centenar de agentes de viajes profesionales se acercaron al Hotel Santo Domingo de la capital, para conocer en primera instancia las novedades de los proveedores del Sector en el Salón TurNexoMadrid. Antes del acceso al Salón, los agentes de viajes previamente inscritos en la página web de los Salones, [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com), recogieron personalmente las acreditaciones de manos de los organizadores del evento, el Grupo NEXO.



Los agentes de viajes asistentes al Salón han podido hablar con los diferentes proveedores allí presentes para conocer todos sus productos y ofertas para la temporada de invierno.



Más de una decena de proveedores han asistido al Salón TurNexoMadrid como aerolíneas, mayoristas y cadenas hoteleras, entre otras. Asociaciones y grupos comerciales también han contado con su stand.



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



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



Los cerca de 200 profesionales que se han acercado al Hotel Santo Domingo al Salón TurNexo Madrid, también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.



Tras recorrer todos los stands del Salón TurNexo Madrid, los agentes de viajes, presentaron sus pasaportes sellado con los que la organización les obsequió con un reloj Junghans.

## Viajes Marsans cierra el 2008 con 1.215,2 millones

Las ventas de la minorista del Grupo Marsans han crecido un 2,3% respecto al ejercicio 2007, alcanzando 1.215,2 millones de euros (a 28 de febrero de 2009), frente a los 1.187,3 millones obtenidos el año anterior. Así, Viajes Marsans continúa creciendo, aunque disminuye su porcentaje. De esta forma, sus ventas no han registrado un incremento tan elevado del 2007 al 2008, como del 2006 al 2007.

## El SITC congrega a 1.300 expositores de 62 países

El recinto de Montjuic acogió la XVIII edición del Salón Internacional del Turismo de Cataluña (SITC 2009) del 16 al 19 de abril, que aglutinaba las propuestas de 1.300 expositores, contando con la presencia de 62 países y todas las Comunidades autónomas. En su edición del 2008, esta feria superó la cifra de 200.000 visitantes, aunque también contaba con una oferta más amplia.

## La CE investiga a Iberia y otras compañías aéreas

La Comisión Europea (CE) ha lanzado formalmente una investigación en profundidad sobre los acuerdos de cooperación entre las compañías aéreas Iberia, British Airlines y American Airlines, las tres pertenecientes a la alianza Oneworld. La razón principal es que Bruselas considera que "estos pactos podrían restringir indebidamente la competencia en las rutas transatlánticas".

## Los turistas en Canarias ven importantes las TICs

El 51,6% de los turistas que visitan Canarias creen que es "muy importante" que los establecimientos turísticos mejoren su oferta de las TICs y tan sólo el 16,2% de los encuestados opina que es "nada o poco importante", según un estudio elaborado por el Observatorio Turístico Permanente en estas islas. Por ello, los resultados de la investigación sugieren la necesidad de fomentar estas tecnologías.

# El BSP frena su caída en marzo con un descenso del 13%

El mercado africano registra una cifra interanual positiva del 5%, recuperándose en un 20% frente a febrero

A pesar de que la producción del BSP continúa reflejando porcentajes negativos, en el mes de marzo ha experimentado una subida positiva en todos los destinos reflejando así una tasa interanual de -13%. Concretamente, de febrero a marzo de 2009 se ha creado una ventaja intermensual de más del 20%, como es el caso del doméstico.

La producción del BSP de IATA remonta sus cifras en el mes de marzo tras varios meses de fuertes bajadas de más del 30%, aunque sus cifras siguen siendo negativas, registrando una tasa interanual del -13%, con un total de 341,3 millones de euros. Este resultado ayuda a la recuperación de la producción en el acumulado del año, que salva seis puntos y se sitúa en un porcentaje negativo del 26%. Probablemente, esta mejora intermensual se debe a las reservas realizadas con motivo del puente de marzo y las anticipadas para Semana Santa. En el término del primer trimestre de 2009 se ha registrado una caída del 6% (106,85 millones de euros) en la producción doméstica, recuperándose en un 19% respecto a febrero. En la misma línea, el mercado internacional alcanzaba los 234,43 millones de euros, descendiendo un 16%, respecto a su tasa interanual, pero ascendiendo en comparación con el mes precedente, donde se llegaba hasta el -33%. En cuanto a los porcentajes en el acumulado, cabe destacar la recuperación en todas las ven-

tas entre un 4% y un 8%.

En cuanto a los mercados con cifras más negativas en este mes de marzo, varían respecto a los meses de enero y febrero de 2009, ya que ahora son Extremo Oriente y América. Sus porcentajes son -27% y -17%, respectivamente, aunque hay que destacar que los dos destinos han ampliado, satisfactoriamente la distancia con febrero, donde registraban -39% y -31%. Por último, Europa se ha recuperado mejor que los de más mercados, ya que ha obtenido un porcentaje negativo interanual del 13%, en contraposición con el -34% de febrero. Hay que destacar que África ha registrado los mejores porcentajes, ya que, en primer instancia ha obtenido 15,45 millones de euros, con una cifra positiva del 5% respecto al mismo periodo de 2008 y un acumulado del -9%, con 39,45 millones de euros.

Una segunda lectura de estas cifras indican que ha sido la que mayor recuperación ha registrado con su mes precedente, concretamente en 25 puntos.

## Producción BSP de Agencias de Viajes en Marzo de 2009

INTERNACIONAL	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN		
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE					
VENTAS	88	15,45	99,7	25	234,4	106,85	341,3	325	
%	-13%	5%	-17%	-27%	-16%	-6%	-13%	-13%	

## Producción BSP Acumulada de Enero a Marzo de 2009

INTERNACIONAL	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN		
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE					
VENTAS	220,8	39,4	283,7	66,23	624,9	277,2	902,1	853	
%	-25%	-9%	-26%	-35%	-27%	-23%	-26%	-26%	

Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

©NEXOTUR

## AECA ofrece su colaboración a José Blanco para 'salvar' al sector aéreo

AECA prevé presentar a Blanco 22 propuestas para ayudar a la aviación

La Asociación Española de Compañías Aéreas (AE-CA) acoge con gran expectación el nombramiento de José Blanco como ministro de Fomento. Así lo confirma su presidente, Felipe Navío, quien ha ofrecido su colaboración "para intentar salvar al sector aéreo de la difícil situación en la que se encuentra".

### Reducción de flota

Navío recuerda que en los últimos meses las aerolíneas nacionales han reducido en 100 unidades su flota global, lo que supone un recorte del 15%, a lo que hay que sumar el fuerte descenso de la reserva de slots —derechos de despegue y aterrizaje— para la temporada de verano.

El presidente de AECA ha subrayado que el Ejecutivo "debe ser consciente de la importancia del transporte aéreo para la economía nacional". Por ello, "confiamos en que Blanco apueste por una política de defensa del sector", añade Navío. Al igual que en su días hiciesen con Magdalena Álvarez, AECA tiene previsto presentar a Blanco 22 propuestas para ayudar a la aviación. Por su parte, el nuevo ministro de Fomento se ha referido al proceso de privatización de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), confirmando que continúa con los planes de su antecesora en el cargo. En cuanto a la implementación del proyecto, que fue presentado en

agosto de 2008, Blanco indica que la fecha se fijará una vez que sea estudiado el proyecto.



En 2008 se ha recortado el 15% de la flota.

## En marzo sube en un 0,5% el precio del viaje organizado

Tras varios meses de bajadas, el Índice de Precios de Consumo (IPC) del viaje organizado registra un crecimiento mensual del 0,5%. Pese a este ligero avance, las tarifas de los 'paquetes' turísticos continúan siendo inferiores a las del pasado año.

Así lo confirman los datos expuestos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), que reflejan una caída de los precios del 1,6% respecto a marzo del pasado ejercicio. Además, analizando el período acumulado de 2009, el precio de los viajes registra una tasa negativa cercana al 7%. En lo que respecta al Sector Turístico, aunque la variación mensual muestra una cierta similitud con los viajes organizados, con un incremento del 0,3%, la tasa interanual registra una evolución bien distinta al de los viajes organizados. En concreto, los precios del segmen-

to Turismo y hostelería, tal y como lo definen desde el INE, experimentan un incremento del 2% respecto al mismo mes de 2008. Del resto de subsectores relacionados con el Turismo analizados por el INE, cabe destacar la evolución mensual positiva de hoteles y otros alojamientos, cuyo precio aumenta un 0,7%, y de los restaurantes, bares y cafeterías, con un tasa mensual del 0,2%. Por otro lado, el transporte continúa con la tendencia a la baja de los últimos meses —variación mensual del -0,5%—, debido al abaratamiento de los carburantes y lubricantes. Analizando la variación del IPC del Turismo y hostelería por Comunidades autónomas, la gran mayoría de regiones cierran el mes de marzo con incrementos del precio de los productos y servicios turísticos de entre el 0,1% y el 0,6%.



DALLAS/FORT WORTH  
INTERNATIONAL AIRPORT



# VUELE A DALLAS- FORT WORTH Y DESCUBRA CIENTOS DE DESTINOS EN AMÉRICA.

**El Aeropuerto Internacional de Dallas/Fort Worth le conecta con el mundo.** A partir del 2 de mayo, podrá volar sin escalas de Madrid a Dallas-Fort Worth, desde donde tendrá la posibilidad de enlazar con más de 150 destinos internacionales mientras aprovecha las ventajas que le ofrece la gran Terminal Internacional D. Disfrute a bordo de nuestro innovador asiento totalmente reclinable de Clase Business. **Visite AA.com para reservas.**

Gane millas AAdvantage® gratis con un vuelo ida y vuelta a Dallas/Fort Worth del 2 al 31 de mayo 2009.

**CLASE BUSINESS:**  
10.000 Millas gratis

**CLASE ECONÓMICA:**  
5.000 Millas gratis

Para hacerse socio de AAdvantage o registrarse en esta promoción, puede visitar [AA.com/esaadvantage](http://AA.com/esaadvantage). Para poder optar a las millas gratis, debe registrarse online antes de viajar utilizando el código de promoción **MAD09**.



*We know why you fly* **American Airlines**®

[AA.com](http://AA.com)

Términos y condiciones: La oferta tiene validez solo en vuelos sin escalas operados por American Airlines entre Madrid (MAD) y Dallas/Fort Worth (DFW) a partir del 2/5/09 hasta el 31/5/09. Las reservas deben hacerse a partir del 4/3/09 hasta el 31/5/09. Los vuelos de código compartido operados por otra línea aérea no son válidos para esta promoción. La bonificación de millas será otorgada en base a la clase de reserva comprada y no pueden ser utilizados para la obtención de categoría "Elite". Para poder optar a la bonificación de millas, los socios deben comprar y usar los billetes de tarifas publicadas. Un viaje de ida y vuelta está descrito como un viaje comprado en la misma clase de reserva, tanto en la salida como en la vuelta, de los vuelos transatlánticos. La inscripción en AA.com/offers antes de viajar es imprescindible utilizando el código de promoción MAD09. American Airlines se reserva el derecho de cambiar las normas, regulaciones, premios por viajar y ofertas especiales del programa AAdvantage en cualquier momento sin aviso previo y de terminar el programa AAdvantage con seis meses de aviso previo. Para más información, puede visitar [www.aa.com/esaadvantage](http://www.aa.com/esaadvantage). American Airlines, AAdvantage, AA.com, y "We know why you fly", son marcas de American Airlines, Inc. one-world es una marca registrada de one-world Alliance, LLC.

## Destinia crea una 'web' con viajes a 100 euros

Con el objetivo de mitigar la caída de la demanda, Destinia lanza un 'portal' en el que ofertará vuelos, hoteles y viajes a un precio inferior a 100 euros, dependiendo de las fechas solicitadas. La *web* [www.viajesbajo100.com](http://www.viajesbajo100.com) cuenta con un motor de búsqueda que realiza un rastreo de las opciones de viaje con precios inferiores a este importe que ofrecen sus proveedores.

## Baleares pide la rebaja de tasas aeroportuarias

El Gobierno balear se suma a la petición de una disminución de las tasas aeroportuarias. Al igual que hicieron anteriormente desde el Sector canario y las diferentes asociaciones aéreas, el consejero de Movilidad y Ordenación del Territorio, Biel Vicens, incide en que es "imprescindible" que el Gobierno tome cartas en el asunto, tildando esta medida de "totalmente necesaria".

## Canarias se promociona en el Turismo de golf

Fuerteventura y Lanzarote se promocionarán conjuntamente como producto en ocio y deportes asociado al mundo del golf, ya que ofrecen al potencial visitante la posibilidad de disfrutar de los seis campos de golf que existen en ambas islas. Este hecho se ha dado gracias a un acuerdo de colaboración entre los respectivos cabildos y patronatos de Turismo.

## Gran Canaria acoge a los Directores de Turismo

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha celebrado en la localidad de San Bartolomé de Tirajana, al sur de Gran Canaria, la Mesa de Directores Generales de Turismo. El encuentro, presidido por el director general de TurEspaña, Antonio Bernabé, ha contado con la presencia de la viceconsejera de Turismo de Canarias, Mari Carmen Hernández, entre otras personalidades.

# El Parlamento Europeo respaldará las indemnizaciones por retrasos y cancelaciones a pasajeros de barco y autocar

Rafael Gallego considera que 'la casuística no se da igual en el transporte por barco y autobuses que en el caso del aéreo'

El pleno del Parlamento Europeo (PE) ha respaldado la creación en toda la Unión Europea de un sistema de indemnizaciones por retrasos y cancelaciones para los pasajeros

de barco y de autocar a semejanza de los que ya existen para el avión o para el tren. Una iniciativa que a algunas Asociaciones del Sector les parece "bienvenida". El presidente de

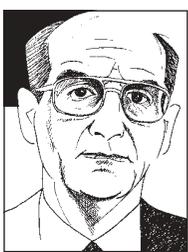
AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, considera que esta medida "sirve para informar debidamente al pasajero" y, en segundo "para que estén más protegidos".

El PE tiene previsto respaldar la iniciativa por la que se indemnizarán a los pasajeros cuando haya cancelaciones y retrasos en viajes regulares de barcos y autobuses, una normativa que ya existe en el transporte aéreo y el ferroviario. La norma, que ya ha recibido el visto bueno de la Comisión de Transportes de la Eurocámara, todavía debe ser pactada con los Gobiernos de los Veintisiete.

Al respecto, el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, considera que esta nueva norma es positiva,



Rafael Gallego



José M. Maciñeiras

aunque "la casuística no se da igual en el transporte por barco y autobuses que en el aéreo", por este motivo, esta decisión europea "no nos afectará tanto a las agencias de viaje".

Para el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, "todo lo que sea clasificar y establecer normativas en favor del cliente, siempre es bienvenido". En primer lugar, aclara Maciñeiras, "porque sirve para informar debidamente al pasajero" y, en segundo "para que estén más protegidos". Por otra parte, el gerente de la Asociación de Mayoristas de Agen-

cias de Viajes Españolas (AMAVE), Ruperto Donat, ahonda en que "esta iniciativa no deja de ser un buen servicio" y señala que "lo que hace falta es que se cumpla".

Por lo que se refiere al transporte marítimo, el Parlamento pide, siguiendo la propuesta original de la Comisión, que en caso de un retraso de entre una y dos horas la compensación para el pasajero sea equivalente al 25% del precio del billete. Si el barco se retrasa más, se le debería reembolsar la mitad del importe pagado. Y si se cancela el viaje y no se ofrece un medio de transporte alternativo, habría que devolver al viajero el precio íntegro del billete. Estas normas no se aplicarían si la cancelación o retraso se debe a unas condiciones

climáticas extremas o cualquier otra causa de fuerza mayor.

En cuanto a los viajes en autobús y autocar, la Eurocámara reclama que en caso de cancelación del viaje, si se retrasa más de dos horas o hay overbooking, se reembolse la totalidad del dinero pagado por el billete más un 50% como compensación. Incluso en el caso de que se ofrezca una alternativa que sea aceptada por el pasajero, éste deberá recibir la mitad del precio pagado por el billete, a modo de indemnización. Además, en caso necesario le deberán ofrecer comidas, alojamiento o asistencia.

### El transporte aéreo

A pesar de estos avances del Parlamento y el optimismo de las Asocia-

ciones de que se establezcan más normativas que ayuden al pasajero en cualquier incidencia, las mismas entidades siguen reclamando más ayudas en el caso de que se tengan problemas con las compañías aéreas. "Hay que proteger al consumidor final", indica Donat, además "tendrían que reconocer a las mayoristas que están afectadas por la directiva de viajes combinados", ya que, en muchos casos, los problemas que se generan "lo provocan los propios transportistas". Maciñeiras, por su parte, señala que "lo difícil es definir un Plan de Protección de Pasajeros en caso de que una aerolínea cierre", y asegura que "ésta es una de las asignaturas pendientes". Gallego reitera que los problemas con los billetes de avión "es algo que afecta más a las agencias".

## Hotel Silken Al-Andalus: 'La diferencia la marca la creatividad de los productos'

El establecimiento inicia 2009 con un descenso de las pernoctaciones del 30%

El Hotel Silken Al-Andalus considera que la calidad y la creatividad son dos factores fundamentales para volver a la senda del crecimiento. Así lo pone de mani-

fiesto su director comercial, Javier García, quien reconoce que en el primer tramo de 2009 "llevamos una caída en las pernoctaciones del 30%".

"Lo más fácil para atraer clientes es bajar los precios, que también lo hacemos, pero la diferencia la marca la creatividad". Esta parece ser la estrategia adoptada por el Hotel Silken Al-Andalus, establecimiento que cerró 2008 con una facturación de 17 millones de euros, experimentando un descenso del número de pernoctaciones del 3%.

Ante esta caída, así como el mal comienzo de 2009, con un descenso de las pernoctaciones del 30%, el hotel sevillano está llevando a cabo una transformación de algunas de sus habitaciones. Así lo confirma su director comercial, Javier García, quien explica que "hemos lanzado la Sport Room, incorporando una bicicleta estática, así como bebidas isotónicas, y estamos pensando crear la Movie Room, pensada para los aficionados al cine".



El hotel cerró el año 2008 con una facturación de 17 millones de euros.

Con estas iniciativas, así como con una decidida apuesta por la calidad, el Hotel Silken Al-Andalus pretende mitigar la caída al cierre del ejercicio, "rebajando el descenso de las pernoctaciones hasta el 15%", indica García. Este es el mensaje que ha

transmitido en el Salón TurNexo de Sevilla, celebrado el pasado día 14 de abril, encuentro del que su director comercial destaca "su consolidación como generador de una gran fuente de clientes, motivo por el que llevamos acudiendo muchos años".

## El 38% de los españoles compra su viaje en la Red

Aunque el número de españoles que pretende viajar en 2009 se reduce un 13% frente al año anterior, la planificación y la compra por Internet está aumentado con respecto a 2008, según indica el 'Primer Estudio sobre los Hábitos de Turismo e Internet en España' elaborado por Easyviajar.com. El informe muestra como la situación económica ha repercutido directamente en los hábitos de los españoles a la hora de planificar un viaje, ya que la gran mayoría va a optar por Internet para encontrar las mejores ofertas.

Un 54% de los españoles utiliza Internet como medio de información turística y si atendemos exclusivamente a los habitantes que suelen viajar y son usuarios de Internet este porcentaje se eleva hasta el 85%. Cabe destacar que un 60% de los internautas finalizan su proceso de compra de viajes en la *web*, lo que supone un 38% de la población total.

El principal motivo de que esta búsqueda no se traduzca en reserva es la falta de confianza en

el medio digital que sigue habiendo en nuestro país. Por esta razón, un 41% no contrata sus viajes *online* ya que prefiere el trato personal con un agente, mientras que el 33% aduce el miedo a realizar transacciones por Internet.

### Transporte y alojamiento

Entre los servicios adquiridos a través de Internet, el alojamiento, con un 58%, y el transporte, con un 56%, son los que mayor índice de contratación *online* tienen. Si atendemos a los 'paquetes' de viaje, la tendencia se invierte y sólo el 16% de los internautas lo contrata a través de la página *web*, frente a un 27% que lo hace a través de canales tradicionales. Los motores de búsqueda son el principal canal en lo que respecta a los medios *online*, ya que lo utilizan el 81% de los viajeros españoles, le siguen a mucha distancia los 'portales' comerciales, con un 31%, y los comparadores de precios, con un 13%.

## Gaspart: 'La operación de Spanair es arriesgada'

El presidente de Turismo de Barcelona, Joan Gaspart ha reiterado que la operación de ampliación de capital de Spanair es "arriesgada", pero se muestra confiado en que se consiga "levantar el vuelo en un par de años". En este sentido, Gaspart, advierte que "si no somos capaces tendremos un gran problema encima de la mesa", una afirmación que recuerda que "no es una operación pública sino privada".

## Air France, Amadeus e IER crean 'Pass & Fly'

El Aeropuerto de Niza y Air France, junto con las empresas de tecnología Amadeus e IER, han creado el Pass & Fly. Se trata de un programa para el uso de tarjetas de embarque móviles a través del teléfono y un lector. Las ventajas que ofrece este sistema son las de simplificar y dar velocidad en el reconocimiento del pasajero frecuente y poder agilizar su entrada en el avión.

## Análisis de la sostenibilidad en el Sector en Congreum

El Hotel Meliá Castilla será la sede el próximo 21 de mayo de la V edición de Congreum, con el lema 'Madrid 2016: Más que un evento'. Este congreso está dirigido a los profesionales del Sector Turístico, del deporte y de la comunicación, así como a estudiantes y a la sociedad general. Este año, y toda la recaudación que se consiga irá destinada a la Fundación.

## UCAVE en desacuerdo con el lema del SITC 2009

La Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE) muestra su desacuerdo mediante una carta dirigida al departamento de Turismo de Cataluña por su mensaje institucional de recomendación del 'Turismo de proximidad', ofrecido con motivo de la presentación de la feria SITC. Así, el presidente de la Asociación, critica la falta de sensibilidad hacia el Turismo emisor por parte de la Generalitat.

# El Turismo alcanza en febrero una caída interanual de las ventas del 14%

Los servicios de alojamiento experimentan la mayor caída, con un 20,8%

Las agencias de viajes y turoperadores experimentan una abrupta caída en su facturación. En comparación con el mes de febrero del pasado ejercicio, este segmento turís-

tico registra una caída de las ventas del 19,5%. Entre los diferentes subsectores Turísticos, los servicios de alojamiento experimentan la mayor caída, con un 20,8%.

El Turismo se resiente. Tanto la facturación como las cifras de empleo de las empresas turísticas y de transportes experimentan considerables descensos en el mes de febrero. Aunque el Turismo resiste mejor que otros sectores, como el comercio o el transporte, termina el mes de febrero con un descenso interanual de las ventas del 14%.

Entre los diferentes subsectores diseccionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), los servicios

de alojamiento experimentan la mayor caída, concretamente del 20,8%.

Con una evolución similar aparecen las agencias minoristas y mayoristas, que han facturado un 19,5% menos que en el mismo mes del año anterior. En el período acumulado, las agencias de viajes registran una caída interanual del 15,6%.

En cuanto a las empresas de transportes, otro de los segmentos englobados en el sector servicios, la caída es aún más pronunciada

que en el Turismo, con una variación del -19%. Entre los diferentes medios, el terrestre, es decir, el ferrocarril y la carretera, termina el mes con un volumen de ventas un 21,9% inferior al del mismo mes de 2008. También significativa es la disminución del sector aéreo, cuya cifra de negocios experimenta una contracción interanual del 19,4%. Por último, el transporte marítimo es el que menos decrece, con una evolución negativa del 9%.

## El programa de Turismo Senior Europeo no tiene adjudicatario

El pasado 15 de abril finalizaba el plazo de presentación del concurso para que turoperadores o empresas UTE's se hicieran cargo del programa piloto Senior Europeo y ponerlo en marcha. Sin embargo, ninguna entidad ha solicitado la contratación del proyecto hasta la citada fecha.

### Margen para negociar

Por estas razones, a partir de ahora "se declara desierto y con la posibilidad de alguna modificación", apuntan fuentes de Segittur.

A partir de ahora se abre un procedimiento negociado y regido por Ley, que permite con la base del mismo pliego, "tener la posibilidad de hacer alguna modificación" y "negociar con alguna empresa que haya estado interesada alguna vez en esta iniciativa", señalan las mismas fuentes. En principio, esta situación se ha podido dar por "la coyuntura económica en la que nos encontramos", ya que ésta "no anima a las empresas turísticas a embarcarse en ninguna aventura".

# En marzo las minoristas y turoperadores dan empleo a 57.874 personas en España

El personal ocupado experimenta un retroceso interanual del 3,6%

En el pasado mes de marzo las agencias de viajes minoristas y turoperadores dieron empleo a 57.874 personas en España, según publica el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Esta cifra supone un ligero recorte del 0,6% respecto al mes precedente.

Más significativa es la caída interanual. Si comparamos el número de trabajadores de las agencias de viajes en marzo respecto al mismo mes de 2008, se advierte una disminución

del 3,6%. En marzo, cerca de 1,9 millones de personas trabajaron en empresas del Sector Turístico, aunque el número de empleados es un 3,1% inferior al del pasado año. Por tipo de contratos predominan los asalariados, concretamente 1,4 millones de personas, mientras que 456.472 ejercían como autónomos. En lo que respecta al segmento hostelería y agencias de viajes, que engloba los servicios de alojamiento, de restauración y la

actividad de las agencias, cabe destacar una variación interanual negativa del 5,1%. Por Comunidades autónomas, la evolución del número de empleados en hostelería y agencias es positiva en la mayoría de casos. Solamente pierden trabajadores respecto al mes de febrero en Aragón, Canarias, Comunidad de Madrid y País Vasco. Tendencia totalmente opuesta la de Baleares, que experimenta un aumento mensual del 14,8%.

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

**¡Colabora con nosotros y consigue vuelos gratis!**

- + Con 10000 € mín. anuales en volumen de ventas de tu agencia, tú y un acompañante disfrutaréis de un 50 % de descuento en vuelos para el próximo año.
- + Con 100.000 € mín. anuales en volumen de ventas, volarás gratis el próximo año con la Counter Card Advanced.
- + ¡Y muchas más ventajas!

Más información en [agencias@airberlin.com](mailto:agencias@airberlin.com)  
Tfno: 971 44 86 86 y en [partner.airberlin.com](http://partner.airberlin.com)



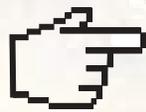


100% Agentes

# Turnexo

## Valencia

Confirma asistencia:



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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES

Martes 28 de Abril  
Hotel Ayre Astoria

**Nexo**public  
CONSULTING

## El tráfico aéreo de billetes 'premium' baja un 21,1%

Durante febrero, la demanda de billetes 'premium' de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) ha sufrido un descenso total del 21,1% respecto al mismo mes del año pasado. Mientras que en Europa está en torno al 26%. Estos datos denotan que los pasajeros de negocio siguen trasladándose a las plazas más baratas en la parte de atrás del avión.

## Vueling apuesta por las agencias vía Amadeus

Vueling pone a disposición de las agencias de viaje el descuento para familias numerosas y para residentes en Baleares, Canarias y Ceuta a través del sistema de reservas Amadeus. Los descuentos de familia numerosa ascienden al 5% de la tarifa publicada en el caso de las de primera categoría, y al 10% en las de segunda. Los de los residentes son del 50% sobre la tarifa publicada.

## El Palacio de Congresos de Cádiz obtiene la 'Q'

El Palacio de Congresos de Cádiz ha obtenido la 'Q' de Calidad Turística, otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), en reconocimiento a su gestión, funcionamiento e instalaciones. El cumplimiento de la norma le permite "ofrecer una atención personalizada y lograr la satisfacción del cliente", según comenta el director del recinto, Carlos García Espinosa.

## Gijón cuenta desde abril con un autobús turístico

Los gijoneses y visitantes ya pueden recorrer la ciudad desde otro punto de vista, desde un autobús de dos plantas con 65 plazas. El autobús, con servicio de audioguías, dispondrá de un canal específico para los niños. Con salida del Fomentín, el recorrido de una hora discurrirá por calles del centro. El nuevo servicio ha sido adjudicado a la empresa Alsa.

# Mesquida: 'España es uno de los países pioneros en implantación de sistemas de calidad turística'

El secretario de Estado de Turismo aprecia un 'cierto retraso' en la decisión de compra de viajes en Semana Santa

Desmarcándose del pesimismo que invade a buena parte del Sector Turístico, el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, continúa confiando en la fortaleza del Turismo nacional, haciendo hincapié en que "está resistiendo mejor que otros países la crisis".



Joan Mesquida

Durante su intervención en el Senado, Mesquida ha asegurado que el comportamiento del Sector en las

vacaciones de Semana Santa "ha sido positivo", subrayando además las "buenas sensaciones" del sector privado. Pese a ello, el secretario admite un cierto "retraso" en la decisión de compra, ya que los turistas "buscan las ofertas de última hora y ajustan sus presupuestos en función de las expectativas de ingresos a corto y medio plazo". "Este puente será una pequeña muestra de lo

que nos podemos encontrar en los períodos vacacionales que nos esperan a lo largo del año", puntualiza Mesquida, quien añade que aunque 2009 "será complicado, España continúa siendo uno de los destinos favoritos de los europeos".

### 778 millones de euros

Más allá de los resultados de Semana Santa, Mesquida ha alabado la gestión de la Secretaría de Estado de Turismo, que la pasada semana

cumplió un año desde su creación. El secretario ha enumerado las acciones y acuerdos alcanzados por su Administración, como por ejemplo el Plan Horizonte 2020, la suscripción de 50 convenios con Comunidades autónomas, el Plan Renove o el Programa de Turismo Senior, entre otros. Para el presente ejercicio, la Secretaría de Estado de Turismo cuenta con un presupuesto de 778 millones de euros, "el mayor de la historia, con un incremento del 109% respecto a 2008", pun-

tualiza Mesquida. Entre las nuevas acciones, el secretario presentará el próximo 27 de abril el proyecto Anfitriones, con el que se pretende mejorar la competitividad de los establecimientos y servicios a través de programas de formación. Este programa "de gran alcance" demuestra la "decidida apuesta" de la Administración por mejorar el producto nacional. En este sentido, Mesquida considera que España es "uno de los países pioneros en implantación de sistemas de calidad turística".

## Espacio Travelport



### La consultora Topaz confirma que Travelport e-Pricing™ lidera el sector turístico en lo referente a la obtención de las mejores tarifas aéreas en todo el mundo

Topaz, consultoría líder a nivel mundial en la auditoría de tarifas aéreas y hoteles, ha presentado los resultados de un estudio comparativo entre las distintas tecnologías de búsqueda de tarifas aéreas de los GDSs siendo el resultado de este que la tecnología de Travelport a través de su producto e-Pricing lidera el sector.

Los resultados indicaron que e-Pricing no sólo encuentra las tarifas más reducidas con más frecuencia que otros productos (casi el 60% del tiempo total), sino que también genera un ahorro medio de 68,13 dólares estadounidenses por billete; esto supone un ahorro importante para empresas y clientes, así como para agencias de viaje, empresas de gestión turística y las páginas Web que les ofrecen servicios.

El estudio arrojó los resultados siguientes:

—Travelport e-Pricing encuentra la tarifa más reducida disponible con una frecuencia cuatro veces superior a la del producto que hace funcionar el GDS Amadeus. Comparado con Amadeus, e-Pricing encuentra la misma tarifa o una inferior más del 78% de las veces.

—Travelport e-Pricing encuentra la tarifa más baja disponible con una frecuencia dos veces superior a la de la tecnología de búsqueda de tarifas reducidas del software ITA. Comparado con ITA, e-Pricing encuentra la misma tarifa o una inferior más del 70% de las veces.

—Travelport e-Pricing encuentra la tarifa más baja disponible con una frecuencia dos veces superior a la de la herramienta ofrecida por el GDS Sabre. Comparado con Sabre, e-Pricing encuentra la misma tarifa o una inferior más del 67% de las veces.

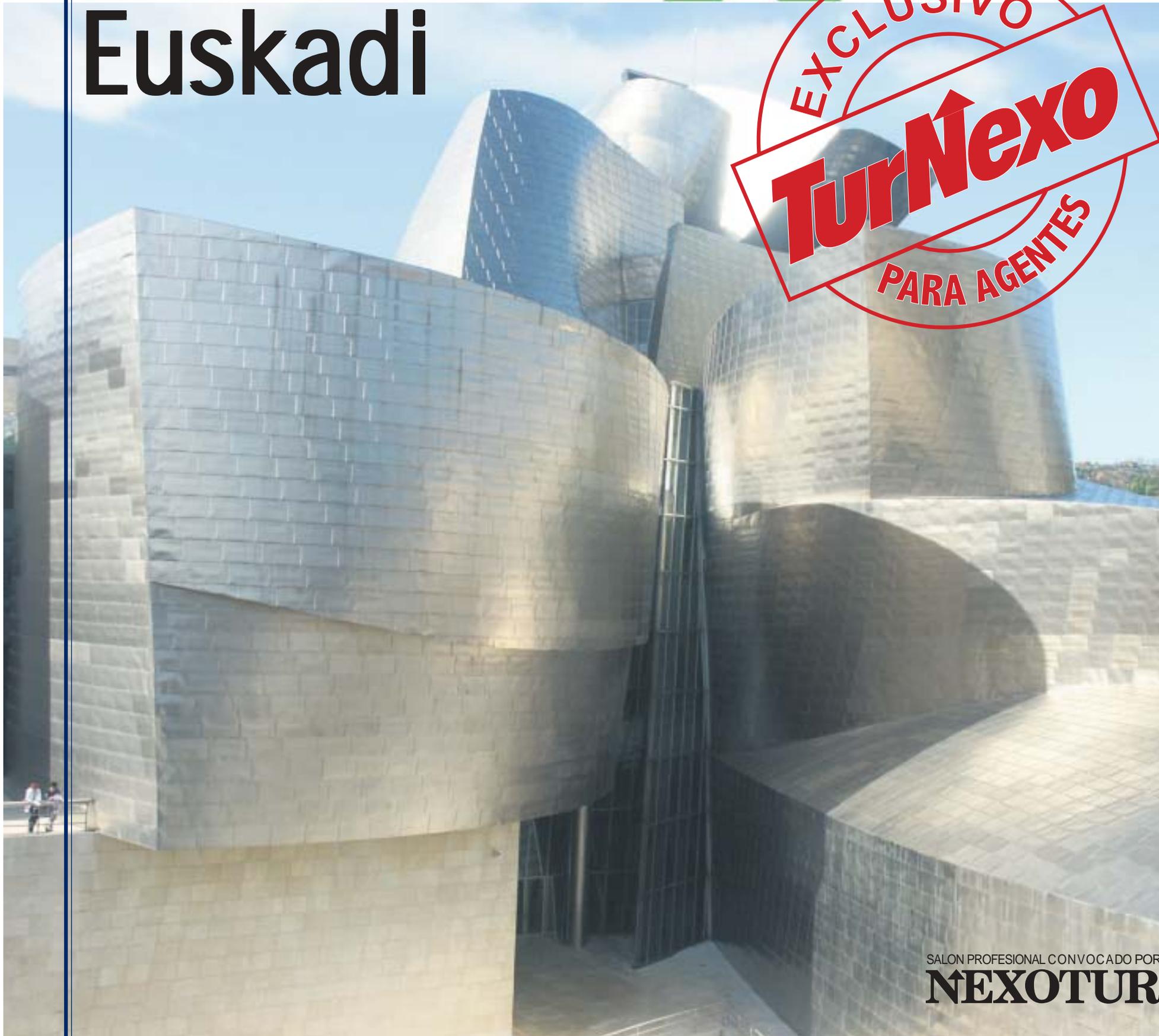
—Los resultados generales indican que e-Pricing obtiene las tarifas más bajas 297 veces del total de 500 pares de ciudades (o, lo que es lo mismo, el 59,4% de las veces) al compararlo con los productos de la competencia.

Si desea obtener más información sobre el estudio de Topaz, visite: [www.travelport.com/e-pricing](http://www.travelport.com/e-pricing)

100% Agentes

# Turnexo

## Euskadi



Jueves 30 de Abril  
Hotel Ercilla

Confirma asistencia:  
 [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com)  
(y reserva tu Reloj de pulsera)

## Turismo de Irlanda en su página 'web' oficial



La página oficial de Turismo de Irlanda ofrece información sobre todos los temas que pueden interesar a un viajero en el país, así como un completo planificador de viajes con información de servicios turísticos y un cuaderno de viaje personalizado.

## Hoteles 'de playa' en la 'web' de Bahía Príncipe



La web de la cadena Bahía Príncipe ofrece una completa información sobre sus 19 resorts en zonas de 'sol y playa' y un sistema de reservas de estancia pura o de avión, hotel y traslados, aunque válida únicamente para el cliente final.

## Vehículos y viviendas en toda la Costa del Sol



Transauto es una empresa rent a car que, además de alquiler de coches en la Costa del Sol, ofrece en su web otra serie de servicios como traslados, coches usados y alquiler y venta de viviendas, aunque exclusivamente al cliente final.

## Catálogos de circuitos y algunos grandes viajes



La web de Omvesa presenta, en PDF y en Word, sus folletos y la información de sus programas de viajes, aunque incluye poca información sobre la empresa y no contempla ningún tipo de gestión de reservas ni direcciones en España.



Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona pretende potenciar la venta online.

## Idiso diseñará la nueva 'web' del Gremi d'Hotels

La empresa de servicios de venta y distribución hotelera Idiso ha firmado un acuerdo con el Gremi d'Hotels de Costa de Barcelona-Maresme por el cual diseñará la nueva página web, a la que incorporará, además, su motor de reservas. Con ello, los hoteles de la asociación podrán vender online y tener acceso a servicios como el GDS, IDS y otros canales de venta.

La gerente de la asociación hotelera, Marta Lanzas, ha explicado

que el objetivo de este acuerdo es "ampliar las opciones de ventas online de los hoteles asociados" y "modernizar la imagen del Gremi". "En los tiempos difíciles que afronta el Sector Turístico", ha puntualizado Lanzas, "el Gremi busca soluciones que abran nuevos canales y mercados para nuestros hoteles, facilitándoles el acceso a una tecnología que simplifique su distribución masiva en el mundo online".

## Bookingfax lanza una plataforma de televisión para el medio 'online'

La distribuidora prevé cerrar el año con un aumento de su facturación del 12%

Desde el pasado mes de marzo, Bookingfax cuenta con su propia plataforma de televisión online con una audiencia mayoritariamente española (95%) y que

ya ha recibido 15.000 visitas que han visualizado 37.000 vídeos. Por otra parte, su previsión de crecimiento para el ejercicio 2008 es del 12%.

"Bookingfax.tv nace de la base de contenidos audiovisuales promocionales de la que ya disponíamos en el sistema de distribución Bookingfax", explica su director general, Antonio Mariscal. Además, estos vídeos "sirven actualmente de soporte para la venta en las agencias usuarias". En este sentido, Mariscal afirma que el objetivo de aportar mayor información sobre productos y destinos que faciliten la elección del viaje al público final.

La función de esta nueva apuesta por Internet, según el director de Bookingfax, es promocionar más de 500 vídeos tanto a destinos nacionales como internacionales, de mayoristas, hoteles, estaciones de esquí, compañías aéreas, etc. La razón del medio online "tiene fundamentalmente tres motivos", apunta Mariscal. Uno "porque nuestro proyecto empresarial está



Operativa desde el mes de marzo, la plataforma ha recibido 15.000 visitas.

unido a Internet", otro "por la propia accesibilidad de los contenidos". Y por último, "por una cuestión de costes". Operativa desde marzo, la plataforma contabiliza 15.000 visitas, las cuales, han visualizado 37.000 vídeos.

Esta distribuidora de ofertas y contenidos de viajes por Internet prevé cerrar el ejercicio 2008 con "un incremento de su facturación del 12%" y "auguramos mantenernos o bien crecer más de un 5% para 2009", advierte Mariscal.

## Nace Hotelesymas, metabuscador que comparará las tarifas de 10 'portales'

Uno de los fundadores de la 'web' destaca las enormes posibilidades de Internet

Aunque la crisis azota con virulencia todos los sectores económicos, parece que el medio online muestra una cierta estabilidad, al menos hasta el momento.

Con el fin de aprovechar las posibilidades que ofrece Internet nace el 'portal' Hotelesymas.com, metabuscador desarrollado por la empresa Catanet SSI.

"Al contrario que en Reino Unido o Alemania, en el mercado español no hay mucha cultura de metabuscadores". Por ello, así como por la fortaleza de Internet como canal de comercialización de viajes, la empresa Catanet SSI ha desarrollado la web www.hotelesymas.com. Este buscador, activo desde el pasado mes de marzo, "destaca tanto por su rapidez como por ofrecer precios muy económicos", explica uno de sus socios fundadores, Enrique Lucini. "Una vez que el cliente introduce los criterios de búsqueda Hotelesymas.com realiza una comparativa simultánea en diez 'portales'", añade Lucini.

La búsqueda de los precios más económicos entre estas webs "de primer nivel", abarata considerablemente el producto. Además, el so-



Hotelesymas.com realiza una comparativa simultánea en varias páginas web.

cio fundador de dicho proyecto incide en que "no encarecemos el producto, ya que cobramos comisiones a los 'portales'". Aunque todavía es pronto para hablar de resultados,

Lucini se muestra satisfecho con los primeros pasos de este metabuscador. De cara a lo que resta de año, el objetivo de la empresa es invertir en el posicionamiento del 'portal'.

## Irregularidades en algunos 'sites' de compañías aéreas

Primeras reacciones tras la publicación de un informe por parte del Instituto Nacional de Consumo (INC), en el que acusaba a las compañías aéreas Iberia, Air Europa, Spanair, Vueling y Easyjet de no informar debidamente del precio máximo de los números de teléfono habilitados en sus 'portales'. A la vista de lo sucedido, el INC, dependiente del Ministerio de Sanidad y Política Social, remitía a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones dicho informe. Iberia, Air Europa y Spanair han sido las primeras aerolíneas que se han pronunciado al respecto.

En primer lugar, Air Europa ha introducido en su web las modificaciones recomendadas por el INC "para cumplir escrupulosamente con la normativa que regula el uso de las líneas telefónicas de uso profesional y tarificación adicional". Por su parte, Spanair también ha anunciado que realizará los cambios necesarios para

que su web cumpla con la normativa vigente. Sin embargo, desde la aerolínea aseguran que informan a sus clientes del precio máximo de las llamadas, por lo que la página será actualizada con el precio mínimo de las llamadas y el prestatario del servicio.

### Iberia se defiende

Por otro lado, Iberia se ha defendido de las acusaciones vertidas por Consumo, afirmando que la compañía aérea "sí indica claramente en su página web el precio máximo por minuto de las llamadas al 807, tanto si se llama desde fijo como desde móvil". Por ello, la aerolínea presidida por Fernando Conte interpreta que no incumple ningún código de conducta, aunque confirma que cuando reciba el comunicado oficial del INC, "si efectivamente tiene que cambiar algo en la página web, lo hará gustosamente", informan fuentes de la aerolínea.



# El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta  
en Nexotur.com

Diario *online* del Agente

**...y recíbelo  
cada mañana  
en tu email**

# Most r a d o r

## Dolce Hotels lanza descuentos para reuniones

Dolce Hotels & Resorts ha lanzado el programa 'Dolce Inspiring Stimulus' para todos los hoteles de la cadena en Europa, que se caracteriza por los descuentos entre un 19% y un 35% en la contratación de conferencias y reuniones en sus instalaciones. El programa, que "pretende ahorrar costes" a las compañías que soliciten un espacio donde reunirse, es aplicable a reservas efectuadas para reuniones contratadas hasta el 31 de diciembre de 2009. "Dado el difícil entorno económico, esta acción garantiza nuestro apoyo a los clientes de negocios", ha afirmado el presidente de la compañía, Steven Rudnitsky.

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

## Costa Pacífica se posiciona en Barcelona con salidas semanales a partir de su inauguración en junio

La crucerista ha programado salidas desde la ciudad condal hasta el 17 de noviembre de 2009

**Costa Cruceiros posicionará su nuevo barco Costa Pacífica en Barcelona desde su inauguración el próximo mes de junio hasta el 17 de noviembre de 2009. La nave realizará itinerarios de siete días por el Mediterráneo.**

El nuevo buque de Costa Cruceiros, Costa Pacífica, contará con salidas semanales desde el puerto de Barcelona toda la temporada hasta el 17 de noviembre de este año. Así, el barco, desde su botadura en junio, realizará cruceros de siete días por el mar Mediterráneo occidental.

Como explica el presidente ejecutivo de Costa Cruceiros, Luis Grau, "Barcelona es uno de los puertos más importantes para nosotros a ni-

vel mundial", y destaca que tanto es así que "somos la única compañía de cruceros con terminal propia, gracias a una concesión administrativa del Port de Barcelona". Respecto al nuevo crucero, centrado en la música, Grau destaca que "los pasajeros irán acompañados de este viaje musical por una banda sonora formada por temas especialmente compuestos para Costa Cruceiros".

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



Costa Pacifica se inaugurará en junio y tendrá de puerto base Barcelona.



Hotel Iberostar Albufera Playa & Park.

## Iberostar propone disfrutar de Mallorca 'A Toda Vela'

Iberostar Hotels & Resort ha lanzado la promoción 'Fin de Semana a Toda Vela' para sus hoteles de Iberostar Albufera Playa & Park e Iberostar Playa del Muro Hotel & Village, ambos establecimientos situados en la zona de la Alcudia, en Mallorca. La oferta, desde 239 euros por persona adulta, propone combinar la estancia en sus ho-

teles con una excursión marítima por el norte y noreste de la isla. Ésta se puede realizar en grupos de cuatro, seis u ocho personas, incluyendo dos niños gratis en cada caso. El Club Náutico del Puerto de Polleça es el punto de partida de los veleros, haciendo paradas en diferentes rincones y pic-nic

☎ 971 070 111

## Navarra se promociona turísticamente con Hemingway, el Cerco de Artajona y Andelo

La Comunidad Foral crea una ruta de los lugares visitados por el escritor

**El 50 aniversario de la última visita de Hemingway a Pamplona, el Cerco de Artajona y la ciudad romana y deshabitado medieval de Andelos son las nuevas propues-**

**tas turísticas que presenta Navarra para este año. La Comunidad Foral también promociona el Festival de Teatro Clásico de Olite y el Año Jacobeo 2010.**

Dentro de la oferta turística cultural, durante este año 2009 Navarra recordará al Nobel de literatura Ernest Hemingway, en conmemoración de su última visita a Pamplona en los Sanfermines de 1959. Así, Turismo Navarra oferta una ruta señalizada que repasará los principales lugares que el escritor frecuentaba durante su estancia en Navarra. A la vez, durante todo el año se sucederán una serie de actividades festivas y culturales alrededor de su figura.

Dentro de las propuestas turísticas culturales, también se encuentra el Festival de Teatro Clásico de Olite, que

este verano celebra su décima edición, y las diferentes acciones enfocadas a preparar el Año Jacobeo 2010.

Turismo Navarra también recomienda visitar el Cerco de Artajona, conjunto medieval amurallado situado en dicha localidad de la Zona Media, que ahora se puede visitar en todo su esplendor tras finalizar la rehabilitación de la iglesia de San Saturnino. Otra de las renovadas propuestas para este año es la ciudad romana y el deshabitado medieval de Andelos, en Medigorria, en la que también se ha realizado una serie de mejoras en 2008.

✉ [www.turismo.navarra.es](http://www.turismo.navarra.es)



Navarra recuerda a Hemingway.

 <p>***** HOTEL PALAFOX</p>	 <p>***** HOTEL IBERUS</p>	 <p>***** HOTEL REINA PETRONILA</p>	<p><b>PALAFox HOTELES</b></p> <p>***** <b>HOTEL PALAFOX</b> Marqués de Casa Jiménez, s/n - 50004 ZARAGOZA Tel. +34 976 237700 - Fax +34 976 234705 <a href="mailto:hotelpalafax@palafoxhoteles.com">hotelpalafax@palafoxhoteles.com</a></p> <p>***** <b>HOTEL IBERUS</b> Paseo de los Puertos, 2 - 50018 ZARAGOZA Tel. +34 876 54 20 08 - Fax +34 876 54 20 09 <a href="mailto:hoteliberus@palafoxhoteles.com">hoteliberus@palafoxhoteles.com</a></p> <p>**** <b>HOTEL GOYA</b> Cinco de Marzo, 5 - 50004 ZARAGOZA Tel. +34 976 229331 - Fax +34 976 232154 <a href="mailto:hotelgoya@palafoxhoteles.com">hotelgoya@palafoxhoteles.com</a></p> <p>***** <b>HOTEL REINA PETRONILA</b> Alcalde Sáinz de Varanda, 2 - 30009 ZARAGOZA (Próxima Apertura)</p> <p>**** <b>HOTEL ALFONSO I</b> Casa, 15-17-19 50003 ZARAGOZA (Próxima Apertura)</p> <p>**** <b>HOTEL PLAYA VICTORIA</b> Glorieta Ingeniero La Cierva, 4 - 11010 CÁDIZ Tel. +34 956 205100 - 34 956 263300 <a href="mailto:hotelplayavictoria@palafoxhoteles.com">hotelplayavictoria@palafoxhoteles.com</a></p>
 <p>***** HOTEL GOYA</p>	 <p>***** HOTEL ALFONSO I</p>	 <p>***** HOTEL PLAYA VICTORIA</p>	

## ■ Club NEXOTUR

# Avis rebaja un 5% los precios sobre su tarifa Top Vacaciones

Avis ofrece un 5% de descuento sobre la tarifa Top Vacaciones y fin de semana. A la hora

de realizar la reserva con la compañía de alquiler de vehículos no olvide mencionar el código awd:

### Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros pag. 22

W632701. La promoción especial de Avis está sujeta a la disponibilidad de los vehículos ofertados. Para ampliar la información sobre la rebaja de la compañía de alquiler de vehículos llamar al 902 135 531.

## ■ Fam Trip



La Comunidad ha presentado su oferta ante más de 400 agentes de viajes.

## Andalucía se promociona en Galicia

La consejería de Turismo, Comercio y Deporte de Andalucía ha desarrollado la tercera fase de las presentaciones del destino a profesionales turísticos nacionales, en las que mantendrá una serie de encuentros con cerca de 400 agentes de viajes de Galicia. Esta iniciativa está incluida en el Plan de Acción 2009 de Promoción y Comercialización Turística de la Consejería.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 27 de abril

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

### 8 28 de abril

Esther Ortiz, V. Tui, Haro; Sara Fraile, V. Ecuador, Madrid; Daniel Reinoso, V. Narcea, Madrid; Ángel Navarro, V. Naval, Corella; Marcos Pérez Marrero, La Caja Tour, Telde; Adolfo Echevarría, Club Marco Polo, Bilbao; José Manuel Clua, V. Godó, Zaragoza; Carmen Pérez, V. Alamo, Plasencia; M<sup>a</sup> Carmen Alonso Vidal, V. Genil, Baza.

### 8 29 de abril

José Antonio Ascaso, V. Órbita, Barcelona; Isabel Luna, V. Anlusur, Pedrera; Francisco J. Hernández Jiménez, V. Urci, Almería; Juan M. Mariño Baamonde, V. Testal, Noya; María Antonia Guillén Guillén, V. Pizarro, Cáceres; Alfredo Blanco, V. Cemo, Madrid; Juan Carlos More-

no, V. Pleamar, Madrid; Manuela Blanco, V. Corredoira, Noya; Francisca Orell, V. Siller, Puerto de Pollensa; Julia Llera Ruiz, V. Badajoz, Badajoz; Emma López Forder, V. Adramar, Palma de Mallorca.

### 8 30 de abril

Amelia C. Vidal, V. Magerit, Madrid; Francisco González, V. Al-Lawra, Constantina; Mari Dugo Ortiz, V. One Way, Sant Boi de Llobregat; Susana Palomo Casero, V. Getour, Fuenlabrada; Gema Rodríguez García, V. Mega-Tour, Santander; Evelia Ferrus Márquez, V. Adramar, Mallorca; Sonia Pazos Raños, V. Halcón, Betanzos; Ana López, V. Halcón, Madrid; Patricia Suárez, V. Eide, Santurce; Ainoha López, V. Hippo, Valencia.

### 8 1 de mayo

Clara Santos, V. Años Luz, Madrid; Silvia García del Castillo, V. Hinterland, Sevilla; M<sup>a</sup> Carmen Fondevila, V. Deza, Pontevedra; Edurne Ojanguren, V. Bizkaia, Galdacano; Teresa Gómez, V. El Corte Inglés, Barcelona; Mónica Barrera, Solceuta, Málaga; Fina Puig, V. Blanda, Blanes; Ludi Rozas Rodríguez, V. Halcón, Gijón; Borja del Barco, V. Pineda, Madrid; Raúl J. García, V. Santander, Santander; Maite Balud, V. Mundival, Valen-

cia; Gema Domínguez, Anglojet Cullutrat Travel, Madrid.

### 8 2 de mayo

Francisco Javier Díaz Durán, V. BCD Travel, Sevilla; Raquel Sevillano, V. Insigne, Gelves; Elena Vadillo, V. Itálica, Sevilla; Eduardo García Gómez, V. Fuentes, Sevilla; Raúl Canseco, V. Kasvall, Madrid; Noemí Ordoñez, V. Eire, Barcelona; César Alvarez, V. Serhs Hotels, Pineda de Mar; Antonio Jansa, V. Tecnic, Barcelona; M<sup>a</sup> Cruz Cañas, V. Abelló, León; Judith Ramilo, Uie V., Madrid; Cristina Mena, V. Vibia, Valencia; Alessandra Vigliotti, V. Itrida, Reus; José Luis Iglesias, V. Otero, Cambados; Raul Canseco Lorenzo, Kasvall Tour, Madrid; Gema Domínguez, Anglojet Cultural Travel, Madrid; M<sup>a</sup> Dolores Martínez, V. Taifa, Denia; Inmaculada Cuellar, V. Cid, Algeciras.

### 8 3 de mayo

Gloria Salazar, Viajes Baixas, Barcelona; Dionisio García Soto, Viajes Orange, Barcelona; Victoria Nieto López, Viajes Halcón, Cádiz; Coral Grajales, Viajes Iberia, Sevilla; Esperanza Barrera, Viajes Halcón, Teruel; Clara Castellón, Viajes Egartur, Tarrasa; Patricia Ameller Segi, Viajes Halcón, Mahon.



*Leyendas de ayer, de hoy y siempre en un entorno encantado que reúne Agua, Luz y Piedra en una sugerente mezcla de Naturaleza y sensibilidad. Una Guía mágica, literaria y visual de uno de los parajes más visitados y admirados de Aragón y de toda España.*

*(De venta en librerías, en la editorial y en el propio Monasterio de Piedra)*

**Del mismo autor:**  
Dos historias convergentes de amor y búsqueda de la propia identidad más allá del tiempo, en el marco prodigioso de la Salamanca monumental.



Más información y venta directa: [http://es.geocities.com/jose\\_arquero](http://es.geocities.com/jose_arquero)

☎ 91 369 41 00. Fax: 91 369 18 39. E-mail: publicaciones@gruponexo.org

SON PUBLICACIONES DEL GRUPO **Nexo**



MSC Splendida, gemelo de MSC Fantasia, acogerá el crucero temático del fútbol.

## MSC Cruceros presenta el crucero temático del fútbol

El próximo 11 de julio se celebra en el Palau Blaugrana en Barcelona el singular campeonato triangular de fútbol sala 'MSC Cruceros Cup', que reunirá a jugadores veteranos del A.C. Milán, del Real Madrid y del F.C. Barcelona, y cuya recaudación irá destinada a la Fundación Borgonovo.

Un día después se inaugurará el MSC Splendida, buque gemelo del MSC Fantasia, que durante cinco días recorrerá el Mediterráneo convertido en el 'Crucero Temático del fútbol'. Entre el 13 y 18 de julio, MSC Splendida partirá de Barcelona hacia Túnez, Malta, Messina, Civitavecchia y Génova. Los pasajeros podrán disfrutar de cinco días "de deporte, relax y diversión" con iniciativas y even-

tos dedicados a los aficionados al fútbol, además de los habituales servicios que ofrece la crucerista.

Tras el 'MSC Cruceros Cup' los jugadores de los tres equipos, junto con sus equipos técnicos y directivos pasarán la noche en el MSC Splendida. El día de su botadura, el A.C. Milán participará con la naviera en el crucero temático. Como explica el consejero delegado de MSC Crociere, Fierfrancesco Vago, "MSC Crociere puede presumir de tener la flota más moderna del mundo y nuestro crecimiento no se mide sólo en términos de crecimiento y de excelencia, sino también por seleccionar la realización de eventos exclusivos."

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

## España Incoming & Incentives promociona el programa 'Underworld Incentives'

La empresa España Incoming & Incentives ha creado el concepto 'Underworld Incentives' para promocionar actividades bajo tierra durante los viajes. La oferta incluye desde el alojamiento en hoteles en cuevas de Granada, cena y espectáculo flamenco, visita a cámaras funerarias y experimentar con la espeleología.

Las actividades que propone España Incoming & Incentives se localizan en Andalucía. En concreto, los hoteles y los restauran-

tes situados dentro de cuevas están en el barrio de Sacromonte de la ciudad de Granada. También, destaca la visita al dolmen de Menga, uno de los más antiguos de Europa con 4.500 años, que está en la ciudad de Antequera.

Finalmente, y para los más valientes, la empresa española ofrece una experiencia espeleológica en la que facilitan el material necesario y un equipo de instructores que actúan como guías.

✉ [www.spain-incentives.com](http://www.spain-incentives.com)



'Underworld' se localiza en Andalucía.

## Alsa opera nuevo servicio de Clase Supra entre Bilbao y Barcelona con parada en Zaragoza

Alsa opera desde abril un nuevo servicio de la Clase Supra entre Bilbao y Barcelona todos los días de la semana, excepto los sábados. Con salida desde Bilbao a las 17.20 horas, la llegada a la estación de Barcelona-Sants es a las 00.15 y a la de Barcelona-Nord a las 00.30 horas.

Desde Barcelona, la nueva línea tiene su salida a las 05.15 y su llegada a Bilbao a las 12.30 horas. Este servicio realiza parada en Zaragoza, en sentido Barcelona, y en Santan-

der, Oviedo y Gijón, en sentido Asturias, con lo que permite a los clientes de Bilbao viajar a estos destinos en la Clase Supra con un nuevo horario. El precio es de 54,77 euros y el de ida y vuelta de 103,38 euros.

Además de todas las ventajas y comodidades habituales que distinguen a la Clase Supra, el servicio incorpora un nuevo sistema WiFi que permite conectarse y navegar por la red de forma gratuita en el viaje.

✉ [www.alsa.es](http://www.alsa.es)



Autobús de Alsa.

# 24 Vuelos semanales desde España a Turquía

14 vuelos desde Barcelona y 10 vuelos desde Madrid hacia Estambul.

Hasta 960 destinos en todo el mundo...

Con su moderna flota, hospitalidad y servicio inigualable, Turkish Airlines se une a STAR ALLIANCE. A partir de ahora con nuestros vuelos a más de 960 destinos, podrán acumular más puntos con su tarjeta MILES AND SMILES y beneficiarse de nuestras exclusivas ventajas.

Madrid : 91 758 23 35  
Barcelona : 93 298 40 48

**TURKISH AIRLINES**  
A STAR ALLIANCE MEMBER

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

# 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 <b>25%</b> 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 <b>25%</b> 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>	Desde 100 euros camarote inferior*. (Tarifa neta, *tasas de embarque y seguro no incluidos)	Crucero Navidad 2008. Salida desde Málaga. Precios por persona. Pensión completa.	21-12-2008	Departamento de Reservas	☎ 91 789 64 00 ✉ 91 789 64 10

# Hotelería

## Los hoteleros canarios prevén 15 puntos menos de ocupación en 2009 tras 'una mala Semana Santa'

Las asociaciones han pedido que se incremente la frecuencia de los vuelos y se aumente la promoción

**El sector hotelero canario ha pronosticado que este año 2009 finalizará con una ocupación hotelera del 54% —15 puntos menos que en ejer-**

**cicio anterior— después de los "malos datos" registrados la pasada Semana Santa, en la cual la mayoría de las asociaciones hoteleras han**

**observado unas pérdidas medias de ocupación del 20% en sus hoteles asociados. Para el verano se espera una ocupación del 30% al 40%.**

Los presidentes de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), José Fernando Cabrera; la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile; la Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote (Asolan), Susana Pérez; y la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura (AHTF), Antonio Hormiga, se han reunido para realizar un balance de los resultados del sector hotelero en el primer trimestre del año. La principal conclusión del encuentro ha sido advertir de la posibilidad de "perder un 15% de ocupación al término de este ejercicio".

Al respecto, Cabrera ha manifestado que la cifra final puede ser de un 51% a un 55%, lo que en cualquier caso supondrá "15 puntos por debajo de la del año pasado año", y, en este sentido, ha expresado la

preocupación de la patronal "no sólo por un posible cierre de empresas" sino también por "la mano de obra que se verá afectada".

Así, todos los empresarios han coincidido en que los meses de mayo y junio serán de "sequía", con una ocupación del 30% al 40%, que puede llevar al "cierre temporal" de apartamentos y hoteles.

### Falta de vuelos, y caros

Uno de los problemas que han detectado los hoteleros es "la falta de vuelos" que, además, "son caros". En este sentido, Hormiga y Pérez han puesto de manifiesto la necesidad de "garantizar el Turismo de proximidad" como los viajes interinsulares que, tras el cierre de la empresa Futura en Canarias, "se han visto disminuidos sin reemplazo".

Además, destacan que el encarecimiento de los billetes de avión y la falta de conexiones de islas me-



La hotelería canaria espera en verano una ocupación del 30% al 40%.

nores con otros aeropuertos que no sea el de Madrid es otro de los problemas que, a juicio de los representantes empresariales, lastra el Turismo en el archipiélago.

Los empresarios hoteleros han señalado también que hay que "salir a buscar el mercado y vender Canarias" y han subrayado la necesidad de "contar con campañas y medidas que sólo pueden llevar a cabo las diferentes Administraciones".

En este punto, los representantes sectoriales han puesto como ejemplo las ofertas que países como Turquía, Egipto o Grecia han diseñado para ganar más clientes y han instado al Ejecutivo de Paulino Rivero a "tomar medidas".

Por último, las asociaciones han exigido que se acabe con el número de camas clandestinas, que representan el 10% de las 450.000 que existen en el archipiélago.

## La ocupación sigue cayendo en el continente europeo, con un 10%

Los hoteles europeos han registrado una ocupación del 55,3% en febrero, lo que supone un descenso del 10,1% respecto al mismo mes del año 2008, según STR Global, que analiza la evolución de los precios en Europa comparando las tarifas medias del Reino Unido, Alemania, Italia, Rusia y España. El estudio revela que el ingreso medio por habitación disponible o RevPar en el continente europeo ha sido de 51,84 euros en febrero, un 19,3% menos que en el mismo mes de 2008.

En lo que respecta a los resultados por países, STR Global destaca que la tasa de ocupación media más alta ha sido la registrada en Reino Unido con un 64,7%, una cifra un 6,4% inferior a la de febrero de 2008. Por su parte, Alemania, con un porcentaje del 55,2% en este valor, ha obtenido un 7,4% menos de ocupación que en el segundo mes del año pasado. En los casos de España y Italia, ambos países han alcanzado niveles de ocupación del 52,1% y 46,2%, respectivamente, y la tasa más baja en el conjunto de Europa correspondió a Rusia con un 43,2%.

Por ciudades, destacan los descensos de ocupación en tres destinos: Praga con un 35,6% menos, Budapest



En Praga la ocupación cae un 35,6%.

un 35,1% inferior y cierra la lista Lisboa con una ocupación un 41,5% más baja que la de febrero de 2008.

En lo que respecta a la media de ingresos en los hoteles de nuestro país durante el mes de febrero, este valor ha sido de 46,31 euros. Es decir, una cifra un 21,5% más baja que la del mismo mes de 2008.

En un contexto global, la mayor caída de ingresos se ha producido en los hoteles rusos, que han registrado un descenso del 26,7%, mientras que en el otro extremo aparecen Reino Unido y Alemania, que han obtenido los mejores resultados, aunque también con valores más bajos que los de febrero de 2008, concretamente un 10,7% y 8,1%, respectivamente, con un promedio de 49,9 libras y de 47,15 euros.

## WorldHotels amplía su cartera y alcanza 500 establecimientos

WorldHotels ha incorporado seis nuevos hoteles a su cartera global, entre los que se incluyen cuatro establecimientos en Nueva York, uno en Río de Janeiro y uno en Tokio. Con estas incorporaciones, la empresa cuenta con casi 500 hoteles en 300 destinos de 70 países.

El primero de los establecimientos neoyorkinos, el Hotel Empire, dispone de 420 habitaciones y *suites* y está situado cerca de Central Park. The Marcel at Gramercy es un hotel *boutique* en Manhattan con 135 ha-

bitaciones. En la misma zona se sitúa el Hotel The Moderne de 34 habitaciones. Por último, el Hotel Bentley, con 197 habitaciones y *suites*.

En Río de Janeiro se encuentra el Hotel Santa Teresa en el antiguo rancho Guimaraes, con 44 habitaciones y *suites* de lujo con patios privados y terrazas. En Tokio el Hotel Metropolitan Tokio, en el centro de la ciudad, se dirige tanto al viajero de negocios como de ocio y dispone de 815 habitaciones, zona balneario, bares y restaurantes.

## Travelodge explotará 12 nuevos establecimientos hoteleros

Travelodge ha cerrado un acuerdo para la explotación de 12 nuevos hoteles, con una inversión de 82 millones de euros que le permitirá incorporar 1.443 habitaciones y crear 200 puestos de trabajo, mientras sigue con la construcción de 16 nuevos establecimientos en Reino Unido, que incrementarán su oferta en 1.560 habitaciones hasta 2011.

Los hoteles están situados en las ciudades británicas de Cambridge,

Edimburgo, Egham, Epsom, Liverpool, Londres Penge, Londres Twickenham, Londres Waterloo, Londres Whetstone, Northampton, Rugby y Salford Quays.

Así, sólo en la capital de Inglaterra, estas incorporaciones permitirán a Travelodge contar con un total de 5.000 habitaciones, lo que materializa el objetivo de la compañía de ser la "cadena hotelera más grande" de la ciudad para los Juegos Olímpicos de 2012.

### ■ Producto

Con NH Amersfoort en Holanda, NH llega a los 35 hoteles en el país

NH Hoteles acaba de inaugurar en Holanda el Hotel Amersfoort de cuatro estrellas. Este establecimiento de nueva construcción dispone de 114 habitaciones, entre las que se incluye 11 de categoría superior y varias *Woman Stule*. Además, ofrece siete salones para congresos con capacidad máxima de 600 personas. Con esta apertura, NH alcanza los 35 establecimientos en el país tras la fusión con la cadena Kraspansky en el año 2000.

### Barceló gestionará dos hoteles en Costa Rica y eleva su portafolio a seis

Barceló Hotels & Resorts gestionará a finales de 2010 y 2011 dos nuevos establecimientos en Costa Rica de cinco estrellas. De esta forma, eleva su portafolio a seis hoteles en el país y un total de 1.319 habitaciones. El primero en abrir sus puertas en 2010 será el Hotel Barceló Jacó Beach, en la provincia de Puntarena, con 150 habitaciones. En 2011, en Guanacaste, abrirá el Hotel Barceló Playa Azul con 248 habitaciones y 50 villas.

### Abama Golf & Spa Resort amplía su oferta con dos apartamentos

El hotel de Gran Lujo Abama Golf & Spa Resort, ubicado en Guía de Isora en el sur de Tenerife, ha ampliado su oferta con la apertura de dos apartamentos. De esta forma, como explican desde el establecimiento "se refuerza la apuesta por Tenerife". Bajo el nombre de Apartamento Real y Apartamento Imperial, comercializará dos estancias de 267 metros cuadrados y 314 metros cuadrados, respectivamente, con todo tipo de servicios exclusivos.

### Intercontinental abrirá 31 nuevos hoteles en la India en los próximos años

InterContinental ha anunciado que reforzará su oferta en la India, donde ya dispone de 11 establecimientos, con la incorporación de 31 nuevos hoteles gestionados por las marcas InterContinental, Crowne Plaza y Holiday Inn que incrementarán su número de camas en el país en más de 7.600.



# El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta  
en NexoHotelcom  
Diario *online* de la Hotelería

**...y recíbelo  
cada mañana  
en tu email**

# Los alojamientos extrahoteleros pierden un 14,5% de pernoctaciones en febrero respecto al de 2008

En los apartamentos turísticos, las pernoctaciones en estos establecimientos disminuyeron un 17,1% en febrero

Las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, *campings* y alojamientos de Turismo rural) han superado los

4,8 millones en el mes de febrero, un 14,5% menos que en el mismo mes de 2008, según los datos publicado por el Instituto Nacional de Es-

tadística (INE). Así, los extranjeros redujeron sus pernoctaciones un 14,4%, mientras que los españoles lo hicieron en un 14,8%.

Las pernoctaciones de los no residentes han descendido el 14,4%, mientras que las de los residentes han bajado un 14,8%. En cuanto a la estancia, este valor ha caído un 1,5% en febrero, situándose en 6,9 pernoctaciones por viajero. Teniendo en cuenta además los datos de enero, las pernoctaciones en apartamentos, *campings* y alojamientos de Turismo rural descendieron un 11,9% en los dos primeros meses del año respecto al mismo periodo de 2008, como indican los datos del instituto estadístico.

En lo que respecta a la primera categoría de alojamiento extrahotelero, los apartamentos turísticos, las pernoctaciones en estos establecimientos han disminuido un 17,1% en febrero respecto al mismo mes del año pasado, con más de 3,6 millones. Este

descenso se ha producido tanto entre los residentes, cuya tasa interanual se desplomó un 18,7%, como entre los no residentes, con una variación negativa del 16,9%. Además, la oferta en este tipo de alojamiento ha caído un 0,9%, superando las 355.500 plazas en febrero, y durante este mes se han ocupado el 36,6% del total de plazas, lo que supone un 13,2% menos que en febrero de 2008.

Por otro lado, Gran Bretaña continúa como el primer mercado emisor en cuanto a los apartamentos turísticos con 884.979 de pernoctaciones, pese a que este valor se ha reducido un 24,3%. A continuación le sigue el mercado alemán con 619.570 pernoctaciones, un 15,8% menos.

En lo que respecta a los destinos favoritos de estos visitantes,

Canarias mantiene el primer puesto en lo que a apartamentos se refiere, con 2,8 millones de pernoctaciones —un 16,6% menos que en febrero de 2008— seguido de la Comunidad Valenciana, con 261.853 pernoctaciones, un 19,3% menos.

El índice de precios en apartamentos turísticos ha registrado una bajada del 0,4% en febrero, una tasa inferior en 0,1 puntos a la del mes precedente, según el INE, y la tarifa turoperador y agencia de viajes, que tiene el mayor peso en la estructura de ponderaciones este mes (65,4%), presentó un incremento del 0,1%.

Por modalidades, los apartamentos de entre dos y cuatro plazas, que tienen una ponderación del 70,1%, han disminuido sus precios un 0,6 respecto al mismo mes de



Caen las pernoctaciones el 14,5%.

2008. Finalmente, el índice de precios en acampamientos turísticos experimentó un crecimiento del 3,2% en febrero mientras que, en el caso de los alojamientos de Turismo rural, éstos han registrado un crecimiento del 1,1% en febrero.

## ACH insiste en que la figura del condohotel se traslade 'pronto' al Govern para su aprobación

Para la agrupación es 'mala señal' que cada medida 'un escollo político'

El presidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras (ACH), Aurelio Vázquez, se ha reunido con el *conseller* de Turismo de Baleares, Miquel Nadal, para

tratar el modelo de condohotel y su regulación en las islas. En la actualidad, esta figura se está negociando entre empresarios y sindicatos.

El presidente de ACH ha manifestado después de su encuentro con el *conseller* de Turismo de Baleares que el condohotel es "una figura fundamental" para hacer "grandes inversiones de reconversión hotelera" y añade que "no hay impedimentos objetivos" para su puesta en marcha, en referencia a las reticencias que la regularización de este modelo está encontrando entre los sindicatos.

En este sentido, el representante hotelero se ha referido también a las discrepancias que la regularización de

los condohoteles puede encontrar en el seno del Ejecutivo balear y ha manifestado que, si cada medida que se plantea para la mejorar la competitividad del sector, representa "un escollo político", constituirá "una mala señal para una Comunidad autónoma que quiere seguir siendo turística".

Por su parte, Nadal ha puntualizado que hay que conseguir "un consenso suficiente" para aprobar la explotación de los condohoteles y siempre cumpliendo una serie de requisitos como "seguir dedicando la parcela a uso tu-

rístico, mantener los puestos de trabajo de la explotación, alargar la temporada y que sean hoteles como mínimo de cuatro estrellas". En el encuentro, el presidente de la ACH ha transmitido también varias peticiones relacionadas con la ordenación turística y la promoción. Otro de los temas que han tratado ha sido la crisis económica y sus efectos en el Sector, un asunto del que Vázquez ha destacado la importancia de conseguir "una buena coordinación" con los Consells Insulars y "poner la vista más allá del corto plazo".

## FEHT reivindica Canarias como opción en la crisis, frente a otros destinos más 'exóticos'

La asociación destaca 'el esfuerzo' para que los turoperadores no cancelen vuelos

El presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile, ha afirmado que Canarias puede ser "el

destino estrella" de muchos españoles y europeos que "no podrán ir al Caribe o a Egipto" de vacaciones, como en los últimos años, por la crisis económica.

Fraile se ha reunido con el consejero de Turismo, Comercio Exterior e Innovación Tecnológica del Cabildo y presidente del Patronato de Turismo, Roberto Moreno, y ha manifestado que el archipiélago es un destino "aceptablemente muy atractivo, que está cerca y sale barato".

Además, ha destacado la importancia de que los empresarios "participen en los acuerdos de las Administraciones con las compañías aéreas y

turoperadores", porque "conocen mejor los mercados y las necesidades".

En este sentido, Fraile ha alabado "el gran esfuerzo" que están haciendo los empresarios para que los turoperadores "mantengan al menos las cifras de vuelos del año pasado", un esfuerzo que se traduce en "mejorar sus ofertas y condiciones económicas".

Asimismo, el presidente de la federación tinerfeña ha admitido que

uno de los problemas que puede darse es que los aviones que lleguen a Canarias "estén llenos", y, sin embargo, no se consiga una ocupación total de las camas, porque los turoperadores y las compañías aéreas "están siendo muy prudentes a la hora de contratar plazas de avión". Por ello, ha apostado por "darles confianza y condiciones económicas competitivas, para que no cancelen vuelos".

## Producto

Zenit renovará un tercio de sus hoteles con una inversión de 7,5 millones

Zenit Hoteles ha celebrado su décimo aniversario reformando un tercio de sus hoteles en un proceso que comprende la renovación de las instalaciones y una nueva decoración. Para ello, cuenta con un presupuesto de 7,5 millones de euros y su objetivo es "unificar más la imagen de marca" y apostar por "la mejora continua". Entre los establecimientos renovados se encuentran Zenit Sevilla, Zenit Don Yo de Zaragoza, Zenit Lleida, Zenit Vigo, Zenit Abeba y Zenit Conde de Orgaz de Madrid y Zenit Puerta de Burgos.

## Intergrup desarrolla en Córdoba el primer hotel cinco estrellas de la provincia

Intergrup ha anunciado que en Hornachuelos (Córdoba) contará este verano con el que será el primer hotel de cinco estrellas en la provincia, sin contar con los dos que ya existen en la capital. El establecimiento, según la empresa, será "uno de los lugares más singulares de Andalucía". El Hotel Palacio de Moratalla dispondrá de 23 habitaciones (una *suite*, tres *junior suite* y 19 habitaciones dobles), espacio para reuniones de empresas con capacidad hasta 100 plazas y otras instalaciones como piscina o pista de pádel.

## Reabre sus puertas en Benidorm el hotel Servigroup Diplomatic

El Hotel Servigroup Diplomatic ha reabierto sus puertas después de tres meses de reformas en los que se ha renovado la cocina, se ha incorporado un nuevo *buffet* con *show cooking* y se han rediseñado diferentes zonas comunes como el nuevo jardín tropical interior con cascada en el bar-salón. Dentro del proceso de renovación del establecimiento, se han construido diez nuevas *suites* y se ha remodelado la zona de bar para dotar al hotel de "un nuevo aspecto de mayor confort y modernidad", según la compañía.

## Tres hoteles de la portuguesa Tivoli se integran en Preferred Hotel Group

Tres establecimientos de Tivoli Hotels & Resorts —Tivoli Lisboa, Tivoli Palacio de Seteais y Tivoli Victoria— formarán parte de Preferred Hotel Group en una estrategia que responde a "conseguir un reposicionamiento y renovación de nuestros tres hoteles más importantes de Portugal", según la compañía. Para la directora de Marketing, Rita Alves Machado, esta asociación "complementa y enriquece nuestro producto".

## Andaluza subvenciona dos proyectos en El Ejido y Antequera

La Junta de Andalucía ha aprobado la concesión de 8,7 millones de euros a dos proyectos en El Ejido (Almería) y Antequera (Málaga). El primero consiste en reclasificar el Hotel Golf Almerimar como establecimiento de cinco estrellas y el segundo en desarrollar un hotel rural de cinco estrellas a partir de la rehabilitación del Convento de la Magdalena, del siglo XVI. La primera de las ayudas, dotada con 4,5 millones de euros, permitirá la remodelación integral del Hotel Golf Almerimar, que pasará a contar con 108 habitaciones, un *spa* y un club de golf. La inversión total que lleva aparejada este proyecto es, tal y como ha puntualizado la Junta, de 18 millones de euros.

El segundo proyecto, promovido por Antequera Dos y respaldado con 4,2 millones de euros por la Administración autonómica, consiste en la transformación del Convento de la Magdalena en un hotel rural de cinco estrellas y su inversión total es de 14 millones de euros. El futuro alojamiento dispondrá de 82 habitaciones y en él se construirán zonas de ocio, salones para pequeñas reuniones, un *spa*, un gimnasio y zonas ajardinadas y terrazas.

Además de poner en marcha este hotel, el proyecto incluye también, tal y como ha explicado la Junta de Andalucía, la recuperación del patrimonio pictórico de grisalla del convento tanto en su iglesia como en el claustro inferior y superior.

# Arawak presenta una página con su programación de senderismo

La página de Arawak presenta una adecuada información de sus programas basados principalmente en la práctica del senderismo, así como de viajes de montaña, esquí y culturales en España y Portugal, aunque sin ninguna referencia a las agencias.



www.arawakviajes.com

La web de Arawak, agencia especializada en senderismo desde 1992, presenta de una forma muy clara las características, diferentes niveles y descripción de sus programas de senderismo, además de otros tipos de productos, dedicados a esquí, alta montaña, fines de semana y otros viajes culturales. También incluye información sobre la empresa y sus formas de contacto, así como sobre la organización de viajes de grupos y sobre las ventajas que ofrece a sus clientes preferentes. Por otro lado, la página se presenta únicamente en castellano.

### INFORMACIÓN

Desde la primera pantalla se accede a cada tipo de producto, del que presenta una relación por periodos. Seleccionando alguno de los viajes ofrece su información, en algún caso en PDF, indicando su disponibilidad y precios por fecha de salida y su nivel de ocupación.

### RESERVA

No dispone de un sistema online de gestión de reservas, ni ninguna referencia a la gestión de sus programas desde las agencias de viajes. Sólo ofrece al cliente final, en la descripción de cada programa de viajes, el acceso a un formulario de solicitud de reserva.

### GENERAL

La página presenta una descripción de la empresa, sus tipos de producto y direcciones de contacto, así como una amplia información de las características de sus viajes de senderismo y un área dedicada a las ventajas que ofrece a sus clientes preferentes.

#### ▲ Lo Mejor / Claridad

Presenta de forma muy clara las características de sus viajes y la descripción y nivel de ocupación de cada programa.

#### ▼ Lo Peor / Robustez

En algunos casos devuelve una pantalla sin ningún tipo de información. Otro problema es que no ofrece área de agencias.

### ARAWAK / 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**

Arawak presenta una página de utilidad para para los clientes interesados en los especiales tipos de viaje que programa, pero no ofrece ninguna funcionalidad para las agencias de viajes, ni está previsto en su formulario que puedan solicitar sus reservas.

5.0



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información, la imagen de sus principales productos y noticias.



**Producto /** Por cada tipo de producto y periodo ofrece una relación y una completa descripción del viaje y su disponibilidad.



**Reserva /** En la descripción de cada viaje indica la disponibilidad y permite solicitar la reserva mediante un formulario.

# Hoteles Gargallo describe 'online' las características de alojamiento

La página en Internet de Hoteles Gargallo presenta, con un diseño y una funcionalidad y estructura adecuadas, la información sobre sus establecimientos y un útil sistema de gestión de reservas, pero válido únicamente para usuarios finales no registrados.



www.gargallo-hotels.com

La cadena **Hoteles Gargallo**, que dispone de 18 hoteles de ciudad en Barcelona, Tarragona, Lérida y Teruel, presenta una web bien diseñada, en la que ofrece la información de sus establecimientos, incluyendo un interesante informe sobre la opinión de sus clientes, y un completo sistema de reservas online, aunque enfocado exclusivamente al cliente final. Sin embargo, ofrece muy poca información sobre la empresa y no contempla el registro de los clientes ni programas de fidelización. Presenta versiones en castellano, inglés, catalán y francés.

### INFORMACIÓN

Accediendo desde un mapa o una relación en la primera página, ofrece una completa información del hotel en varias pantallas, incluyendo su situación, formas de acceso y un área muy interesante sobre el promedio de valoración y las opiniones de los clientes.

### RESERVA

Dispone de un sistema de reservas con pago mediante tarjeta de crédito, en cuatro pasos, bien diseñado aunque sólo para el cliente final, que permite consultar previamente los precios por fecha en un periodo y el acceso posterior para consultar o anular la reserva.

### GENERAL

Incluye una descripción muy limitada de la empresa, su dirección y sus formas de contacto. También informa sobre su restaurante-tablao 'El Patio Andaluz', en Barcelona. Informa sobre la opinión de los clientes, pero no incluye su registro ni programas de fidelización.

#### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Es una web que ofrece una información adecuada de los hoteles y permite una rápida y completa gestión de reservas.

#### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Los profesionales de Turismo no disponen de una información específica, ni les permite gestionar sus reservas.

### HOTELES GARGALLO / Hoteles

#### Ponderación de los Valores

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

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

Aunque Hoteles Gargallo presenta en Internet una página bien diseñada y de fácil utilización, no resulta de utilidad para los agentes de viajes, a los que sólo permite acceder a su información y a su disponibilidad y precios, pero no la posibilidad de gestionar reservas.

6.9



**Entrada /** La primera pantalla presenta únicamente sus hoteles en un plano y una relación y la consulta de disponibilidad.



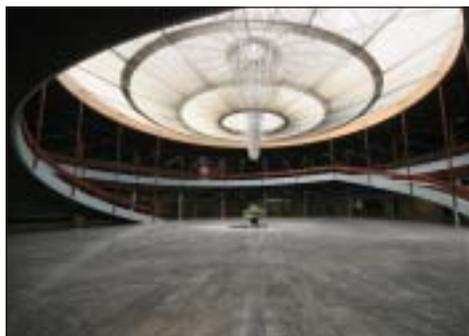
**Producto /** Ofrece una completa descripción del hotel en varias pantallas, incluyendo las opiniones de los clientes.



**Reserva /** Dispone de un sistema de reservas muy completo, en cuatro pasos, que informa previamente de los precios por día.

# La descripción de los espacios del Palacio de Torremolinos en la Red

El Palacio de Congresos y Exposiciones de Torremolinos presenta una página bien diseñada para informar sobre sus servicios a las OPC. Ofrece una descripción adecuada del edificio sus espacios, servicios y tarifas, pero la de sus eventos es mejorable.



www.palacio-congresos.com

La web del Palacio de Congresos y Exposiciones de Costa del Sol, en Torremolinos, ofrece una página en Internet en la que incluye, de forma muy clara y de fácil acceso, la información sobre el palacio, sus espacios y sus tarifas, así como la relación de sus servicios básicos y técnicos, pero no de sus proveedores externos. También informa de una forma general sobre los eventos programados por tipología. Por otro lado, ofrece versiones en castellano, inglés, francés, alemán, italiano y chino, aunque por el momento sólo está disponible en castellano.

## INFORMACIÓN

Ofrece una información adecuada del palacio, incluyendo su situación y planos generales, así como la descripción y características de cada uno de sus espacios, incluyendo su plano, dimensiones, capacidad, principales servicios, una visita virtual, videos y fotos.

## SERVICIOS

Informa sobre sus servicios básicos para visitantes y expositores e incluye la relación de los servicios técnicos, indicando que parte de ellos son prestados por terceros, de los que no informa. También incluye alguna de las tarifas de sus espacios y servicios.

## EVENTOS

Ofrece una relación de eventos por tipo en la pantalla principal y, sólo en algunos casos, incluye una descripción general y el enlace con su página. También se puede visualizar el calendario del palacio en Google, aunque en este caso tampoco amplía la información.

### ▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una página de estructura y presentación adecuadas, que permiten un fácil acceso a su información.

### ▼ Lo Peor / Servicios y Eventos

Ofrece una información muy limitada de servicios técnicos y sus proveedores, así como sobre los eventos programados.

## TORREMOLINOS / Congresos

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Torremolinos presenta a los organizadores de eventos una página bien diseñada, con información adecuada sobre sus espacios, pero mejorable sobre sus servicios técnicos, tarifas y sobre los eventos programados.

7.0



**Entrada /** Presenta, en dos áreas perfectamente diferenciadas, el acceso a la información sobre el palacio y a la de eventos.



**Servicios /** Presenta una completa información de sus espacios y sus servicios, incluyendo algunas de las tarifas.



**Eventos /** Ofrece la relación de eventos por tipo, un calendario y, sólo en algunos casos, añade la información sobre el evento.

# El alquiler de autocaravanas está disponible en Euromotorhome.es

La página de Euromotorhome ofrece, únicamente al cliente final, información y un formulario de reservas para el alquiler de autocaravanas en España, así como sobre la venta de este tipo de vehículos. Sin embargo, no incluye un área para las agencias.



www.euromotorhome.es

Euromotorhome, *rent a car* especializada en el alquiler de todo tipo de autocaravanas en Madrid, Barcelona y Valencia, aunque también se pueden solicitar en cualquier aeropuerto español, presenta una página en Internet en la que ofrece información y las tarifas de sus vehículos, así como un formulario para la solicitud de reservas por parte del cliente final, sin ninguna referencia a las agencias de viajes. La página, que también dedica un área especial a la venta de dichos vehículos, presenta versiones en castellano, inglés, alemán, francés, portugués e italiano.

## INFORMACIÓN

Permite seleccionar entre ocho modelos diferentes de autocaravanas, ofreciendo una información muy completa de cada una, sus tarifas normales y reducidas y su catálogo en PDF. También ofrece información sobre ofertas especiales y sobre vehículos en venta.

## RESERVA

En el área de reservas ofrece únicamente un formulario muy completo de solicitud, pero no contempla ninguna funcionalidad para la gestión desde las agencias de viajes. Para la venta de vehículos sólo ofrece el enlace con un correo para solicitar más información.

## GENERAL

Respecto a la empresa, sólo incluye la relación de sus delegaciones en España con su dirección y formas de contacto. También ofrece sus servicios para la confección de rutas y transfer gratuito desde el aeropuerto, así como un área de descargas en PDF.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Ofrece de forma muy clara información sobre un servicio de *rent a car* de interés y de características especiales.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No dispone de un área para los profesionales de Turismo ni está contemplada la agencia en el formulario de reserva.

## EUROMOTORHOME / Rent a Car

### 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	INFORMACIÓN POSTERIOR									
10	GESTIÓN ESPECIFICA AGENCIAS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

Euromotorhome ofrece en su página unos servicios de *rent a car* interesantes por tratarse de un producto poco habitual, presentado de forma adecuada. Sin embargo, ofrece poco interés a las agencias de viajes, que no disponen en ella de ninguna forma de reservar.

6.0



**Entrada /** Presenta el acceso a todas las áreas de información y de gestión de sus autocaravanas en alquiler.



**Producto /** Ofrece una información muy completa de cada uno de sus tipos de vehículo, incluyendo sus precios y el folleto en PDF.



**Reserva /** Para reservar presenta un formulario, enfocado exclusivamente al cliente final, sin ninguna referencia a las agencias.

# Indicadores

## EL PULSO

### Precios de recesión

El IPC empieza a reflejar la situación recesiva, y así se demuestra en los datos correspondientes a marzo, mes en el que, a pesar de realizarse el grueso de las reservas para Semana Santa, el Viaje Organizado apenas experimentó una ligera subida del 0,5% mensual, que se tradujo en un descenso del 1,6% en tasa interanual, y del 6,9% desde primeros de año. También los hoteles lo sintieron, con un alza del IPC mensual del 0,7%, y un descenso interanual del 5%, con una baja del 0,1% desde primeros de año. El epígrafe que más vio bajar su índice de precios fue el Transporte aéreo, en el que se sumó el descenso de la demanda con la baja de sus costes por la estabilización de los precios del petróleo. De este modo, en marzo su IPC bajó un 9,6% con respecto a febrero, pese a lo cual mantiene un alza interanual del 11,5% debida al período de especulación petrolera del año pasado. Por el contrario, desde enero su IPC ha bajado un 4,4%. Esperemos que esta baja repercuta sobre los paquetes.



JOSÉ ARQUERO

so del 1,6% en tasa interanual, y del 6,9% desde primeros de año. También los hoteles lo sintieron, con un alza del IPC mensual del 0,7%, y un

descenso interanual del 5%, con una baja del 0,1% desde primeros de año. El epígrafe que más vio bajar su índice de precios fue el Transporte aéreo, en el que se sumó el descenso de la demanda con la baja de sus costes por la estabilización de los precios del petróleo. De este modo, en marzo su IPC bajó un 9,6% con respecto a febrero, pese a lo cual mantiene un alza interanual del 11,5% debida al período de especulación petrolera del año pasado. Por el contrario, desde enero su IPC ha bajado un 4,4%. Esperemos que esta baja repercuta sobre los paquetes.

## Previsión

**Dólar USA**  
 20.4.2009  
 1,306 \$/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,364 \$/€
	6 Meses	1,363 \$/€
	12 Meses	1,364 \$/€

**Yen Japonés**  
 20.4.2009  
 129,670 ¥/€

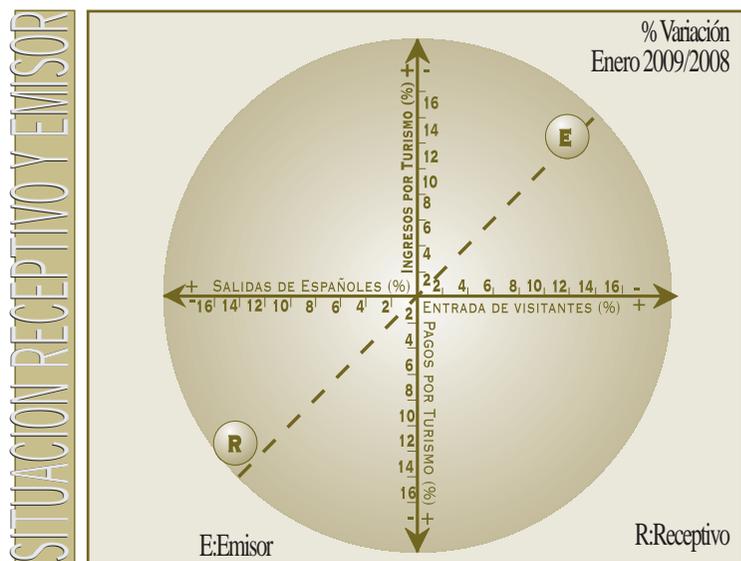
**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	127,489 ¥/€
	6 Meses	127,575 ¥/€
	12 Meses	127,380 ¥/€

**Libra Esterlina**  
 20.4.2009  
 0,883 £/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,880 £/€
	6 Meses	0,880 £/€
	12 Meses	0,880 £/€



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

El BSP ARROJÓ NUEVOS resultados negativos en marzo. Sólo África e salvó del descenso, con una ligera subida del 5% y partiendo de una base endémicamente baja. Por el contrario, Europa volvió a caer en un 13%, y América y Extremo Oriente lo hicieron de forma todavía más notable, con un 17% y un 27% respectivamente. Lo menos negativo fue la

evolución nacional que al fin parece equilibrarse algo, con una baja de sólo el 6% que no puede impedir que la del acumulado del trimestre alcance el 23%. Esta por ver si es un efecto estacional de la semana santa, cuyas reservas se habrían hecho y computado en marzo, o simplemente se empieza a descontar ya el 'efecto AVE' al partir de bases más reducidas.

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	61,61	DINAMARCA	Corona	7,45	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,22
ALBANIA	Lek	129,28	DJIBOUTI	Franco	229,57	LIBANO	Libra	1.958,56	RUSIA	Rublo	43,66
ANGOLA	Kwanza	103,25	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,52	LIBERIA	Dólar	84,85	SALOMON	Dólar	10,59
ANT. NEERL.	Guilder	2,33	ECUADOR	Dólar	32.610,00	LIBIA	Dinar	1,68	SAMOA OCC.	Tala	3,79
ANTIGUA	Caribe	3,52	EEUU	Dólar	1,30	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,52
ARABIA SAUDI	Rial	4,89	EGIPTO	Libra	7,35	MACAO	Pataca	10,41	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	95,53	EL SALVADOR	Colón	11,41	MACEDONIA	Denar	60,79	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,52
ARGENTINA	Peso	4,80	ERITREA	Nakfa	19,57	MADAGASCAR	Franco	2.641,41	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,52
ARMENIA	Dram	490,78	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,72	SAO TOME	Dobra	21.261,70
ARUBA	Florin	2,33	ETIOPIA	Birr	14,61	MALAWI	Kwacha	183,41	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,81	FIJI	Dólar Fiji	2,88	MALDIVAS	Rupia	16,70	SERBIA	Dinar	92,92
AZERBAIJAN	Manat	1,05	FILIPINAS	Peso	62,38	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	19,96
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,30	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,88	SIERRA LEONA	Leone	4.113,07
BAHRAIN	Dinar	0,49	GAMBIA	Dalasi	34,63	MARRUECOS	Dirham	11,12	SINGAPUR	Dólar	1,96
BANGLADESH	Taka	90,03	GEORGIA	Lari	2,16	MAURICIO	Rupia	43,89	SIRIA	Libra	60,00
BARBADOS	Dólar Barbados	2,61	GHANA	Cedi	1,87	MAURITANIA	Ouguiya	346,63	SOMALIA	Shilling	1.770,07
BELIZE	Dólar Belize	2,54	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,52	MEXICO	Peso	17,22	SRI LANKA	Rupia	151,25
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,30	MOLDAVIA	Leu	14,64	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,70
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,30	GUATEMALA	Quetzal	10,55	MONGOLIA	Tugrik	1.897,90	SUDAFRICA	Rand	11,70
BHUTAN	Ngultrum	65,04	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,03
BIELORRUSIA	Dólar	3.696,67	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTserrat	Dólar	3,52	SUECIA	Corona	11,01
BOLIVIA	Boliviano	9,16	GUINEA ECUAT.	Franco	6.411,13	MOZAMBIQUE	Metical	35,70	SUIZA	Franco	1,52
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	260,23	MYANMAR	Kyat	8,36	SURINAM	Dólar	3,58
BOTSWANA	Pula	9,75	HAITI	Gourde	51,85	NAMIBIA	Rand	11,70	TAILANDIA	Baht	46,29
BRASIL	Real	2,86	HONDURAS	Lempira	24,65	NAURU	Dólar	0,94	TAIWAN	Dólar	44,10
BRUNEI	Dólar Brunei	1,96	HONG-KONG	Dólar	10,11	NEPAL	Rupia	104,06	TAJKISTAN	Somoni	4,86
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	296,60	NICARAGUA	Gold	26,26	TANZANIA	Shilling	1.741,37
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	65,04	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Dólar	1.598,87	INDONESIA	Rupia	13.963,60	NIGERIA	Naira	193,38	TONGA	Pa'anga	2,76
CABO VERDE	Escudo	110,03	IRAN	Rial	13.064,20	NORUEGA	Corona	8,74	TRINIDAD	Dólar	8,19
CAMBOYA	Rial	5.338,91	IRAQ	Dinar	1.506,58	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,30	TUNEZ	Dinar	1,85
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,07	OMAN	Rial	0,50	TURKEMENISTAN	Manat	18.542,00
CANADA	Dólar	1,59	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,30	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,30
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,30	PAKISTAN	Rupia	104,93	TURQUIA	Lira	2,10
CHILE	Peso	752,75	ISLANDIA	Corona	167,60	PANAMA	Balboa	1,30	TUVALU	Dólar Australiano	1,81
CHINA	Yuan (o)	8,91	ISRAEL	Shekel	5,45	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,81	U.E.A.	Dirham	4,79
COLOMBIA	Peso	3.066,91	JAMAICA	Dólar	115,47	PARAGUAY	Guaraní	6.515,48	UCRANIA	Karbovanets	10,51
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	129,08	PERU	Nuevo Sol	4,03	UGANDA	Shilling	2.825,99
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,92	POLONIA	Zloty	4,30	URUGUAY	Peso	31,24
CONGO (R.D.)	Franco	1.099,34	KAZAKHSTAN	Tenge	196,05	POLONIA	Zloty	4,30	UZBEKISTAN	Sum	1.879,51
COREA NORTE	Won	186,59	KENYA	Shilling	103,96	PUERTO RICO	Dólar USA	1,30	VANUATU	Vatu	149,29
COREA SUR	Won	1.737,13	KIRGUISISTAN	Som	55,53	QATAR	Rial	4,75	VENEZUELA	Bolivar	2,80
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,81	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VIETNAM	Dong	23.195,50
COSTA RICA	Colón	742,93	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,38	R. DOMINICANA	Peso	46,73	YEMEN	Rial	261,28
CROACIA	Kuna	7,37	LAOS	Kip Pot Po	11.121,30	REINO UNIDO	Libra	0,88	ZAMBIA	Kwacha	7.432,47
CUBA	Peso Cubano (o)	1,30	LESOTHO	Maluti	11,70	REP. CHECA	Corona	26,81	ZIMBABUE	Dólar	344,28

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 2009	2.389 M	-13,3% (anual)	Comienzo preocupante
Gasto por turista	Febrero 2009	548€	+1,6% (anual)	Sigue un poco mejor
Entrada de turistas	Enero-Febrero 2009	5,4M	-13,1% (anual)	Se acentúa la baja
IPC (Viaje organizado)	Marzo 2009	102,905	-1,6% (interanual)	Se endurece el ajuste por la crisis

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
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1º 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 Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napóles, 227 3º BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CLUB DEL VIAJERO (TOURBOU) 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 Vía, 39 3º MADRID	☎ 902020702
GUAMA SA Po. de la Habana, 28 MADRID	☎ 91-7823378 Fax 91-5643918
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIAN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93-425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM 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 Americas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MAS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
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 91-5471458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-8777778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-8777778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-8777778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-8777778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-8777778 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 Vía 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 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 Vía, 81 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024

TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIAN 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/ Trespaderno 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 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 Ordas, 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
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
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.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 Fax 91-3107215

### Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobretico 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 ALOQUILER 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 ALOUILE UN COCHE Avd. de Manóteras, 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 CASTELLON	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

### Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, cc:Américas PzL26 ARONA (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 TECNIA 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 Guitard, 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	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
RESTEL Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	☎ 91-7365040 Fax 91-7365040
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Tonerlos, 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 v.4 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

### Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7º	☎ 93-3429990 Fax 93-3429991
GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	☎ 902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión 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 GARCÍA 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
Europea de Turismo 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. Manóteras, 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. Adecuarla 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 **Mesinero-Romános 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**

Consúltenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: [www.mesinero-romanos.com](http://www.mesinero-romanos.com)

Mesinero-Romános Abogados C/ José Abascal 48 Dup. 4º 28003 Madrid. Telef: 914422909

**El conocimiento de idiomas, es uno de los requisitos más importantes para ser exitoso en la vida...**

Profesor: Francés (Nativo)  
Globish: Más de 1000 palabras clave en "English-American" para comunicarse con el Mundo entero.

Profesor: Escuela Hotelera de Lausanne (Suiza) ("La primera del Mundo")

Profesor Escuela Oficial de Turismo (Madrid)  
Profesor Shanghai Institute of Tourism (China)

Mi método garantiza resultados a corto plazo

**"Hablar idiomas no es un lujo, es una necesidad".**

**Coste a convenir adaptado a sus posibilidades**

Tel: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745  
E-mail: fetisalan@yahoo.com, alainf\_3@hotmail.com

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

## Agentes de viajes con inglés y conocimientos informáticos

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.

■ **Viajes Viloria.** Agencia de viajes. A Coruña. Buscamos profesional con experiencia para el departamento de Empresas. Requisitos: conocimientos de Savia y Amadeus. Idiomas: nivel alto de inglés. C.V.: manueloreiro@viajesviloria.com.

■ **Viajes ZafiroTours.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes ofrece contrato de prácticas. No es necesaria experiencia. Posibilidad de incorporación en plantilla. C.V.: meco@zafiroTours.es.

■ **Escape Tours.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos comercial para agencia de viajes. Sus funciones serán incrementar la cuota de mercado en la zona asignada y fidelizar y desarrollar la cartera de clientes de la compañía. Requisitos: experiencia mínima de dos años en agencia de viajes, manejo de herramientas propias de una agencia, imprescindible dominio del inglés. C.V.: info@escapeviajes.com.

■ **Viajes Triskel.** Agencia de viajes. Buscamos comercial para agencia de viajes. Los comerciales trabajarán a comisión, recorriendo España para vender el producto propio y 'paquetes' vacacionales. Requisitos: buenas dotes comerciales. C.V.: alzutriskel@gmail.com.

■ **Prestigio Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos persona responsable

para departamento Vacacional. Requisitos: amplia experiencia en vacacional, Amadeus, Sire y conocimientos de inglés. C.V.: martinsanchez@prestigioviajes.com.

■ **Viajes Marcenado.** Agencia de viajes. Madrid. Precisamos agente de viajes para mostrador. Horario de lunes a viernes, jornada partida. Se valorará Amadeus y experiencia en el puesto. C.V.: arancha@viajesmarcenado.es.

■ **Fam Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agente de viajes con conocimientos de Renfe y Amadeus. Ofrecemos incorporación inmediata. C.V.: fvalencia@e-savia.net.

■ **Exploración Viajes y Aventura.** Agencia de viajes. Madrid. Atención al público, manejo de cotizaciones para viajes privados y a medida en destinos de larga distancia. Requisitos: manejo de Amadeus y Galileo, experiencia en agencia especializada en viajes a medida y conocimientos de inglés escrito para comunicación con correspondientes. C.V.: rrhh@explora-accion.com.

■ **Viajes Vincit.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes especializada en viajes de empresa busca un agente de viajes para su oficina de Madrid. Requisitos: experiencia mínima de dos años en área de empresas, conocimientos de Amadeus y Sire. C.V.: jcperez@vincit.es.

■ **Interway Travel.** Agencia de viajes. Madrid. Empresa dedicada a la organización de cursos de idiomas en el extranjero, así como a

Turismo receptivo, necesita incorporar en plantilla un agente de viajes para apoyar al departamento. Sus funciones serán: reservas y emisión de billetes, tanto individuales como de grupos, así como todas las funciones propias de una agencia de viajes. Requisitos mínimos: dominio de Amadeus (experiencia mínima de un año) y nivel de inglés medio-alto. C.V.: vsanchez@interway.es.

■ **Viajes Vicenza.** Agencia de viajes. Madrid. Precisamos responsable para el departamento de Administración. Requisitos: manejo de herramienta de facturación Orbis y de contabilidad Contaplus. Experiencia mínima de dos años en puesto administrativo/contable en Sector de agencias de viajes. Dominio de paquete Office y diversas herramientas informáticas. C.V.: jsancho@viajes-cometa.com.

■ **Viajes Cet.** Agencia de viajes. Barcelona. Precisamos persona dinámica para mostrador y empresas en agencia de viajes ubicada en Barcelona. Requisitos: dominio de Amadeus, reservas de hoteles, coches, avión, barco. Buen nivel de inglés. C.V.: jsancho@viajes-cometa.com.

■ **Dinamizador Turístico.** Agencia de viajes. Asturias. Necesitamos cubrir dos puestos de agente de viajes para trabajar en agencia en Asturias. Requisitos: conocimientos del Sector Turístico, don de gentes, Amadeus. Se valorarán conocimientos de inglés y otros idiomas. C.V.: agenteviajesasturias@gmail.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.** 27 años. Madrid. bga.leragrcia@hotmail.com. ☎ 615 14 60 31.

■ **Agente de viajes.** 32 años. Toledo. ele.na.villaverde@hotmail.com. ☎ 615 55 03 20.

■ **Agente de viajes.** 36 años. Madrid. lourfixi@hotmail.com. ☎ 645 82 26 04.

■ **Agente de viajes.** 35 años. Madrid. cecilialon@yahoo.es. ☎ 606 75 04 59.

■ **Agente de viajes.** 35 años. Madrid. rr2@wanadoo.es. ☎ 660 21 52 34.

■ **Agente de viajes.** 42 años. Madrid. barquillo@olympiamad.com. ☎ 661 00 85 21.

■ **Recepcionista hotel.** 27 años. Madrid. javier-calzado@hotmail.com. ☎ 638 03 94 35.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Madrid. arcossilver@hotmail.com. ☎ 609 97 92 45.

■ **Agente de viajes.** 32 años. Madrid. elainefd@msn.com. ☎ 627519621.

■ **Agente de viajes.** 23 años. Sevilla. chacotera@hotmail.com. ☎ 636 67 82 31.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Madrid. saniel\_marti\_msmcuba@hotmail.com.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Viajes para la tercera edad

↑ Mundo Senior, mayorista creada para gestionar los viajes organizados especialmente para personas con clave del Insero, ofrece en su web **información** sobre sus programas y un completo sistema de reservas, que se deben recoger en una agencia.

↑ Su sistema de reservas es muy **útil** para clientes y agencias.

↑ El cliente debe acabar la **reserva online** en una agencia.



<http://www.mundosenior.es>

## Turismo y enología

↑ Fine Wine presenta en su página **información** sobre su sistema de estancias relacionadas con la cultura del vino en hoteles situados en zonas vinícolas, que ofrecen en sus instalaciones, o en bodegas del entorno, actividades relacionadas con la enología.

↑ Por su información y especial producto es una página **útil**.

↓ No ofrece un área de **reservas** a las agencias de viajes.



<http://www.finewineservices.com>

## Vuelos a Amman

↑ La página de Royal Jordanian ofrece **información** sobre la compañía y sus servicios y, exclusivamente a clientes finales previamente registrados, la posibilidad de reservar sus vuelos, siempre con escala en Amman y alojamientos en algunos destinos.

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

↓ No ofrece su gestión de **reservas** a las agencias de viajes.



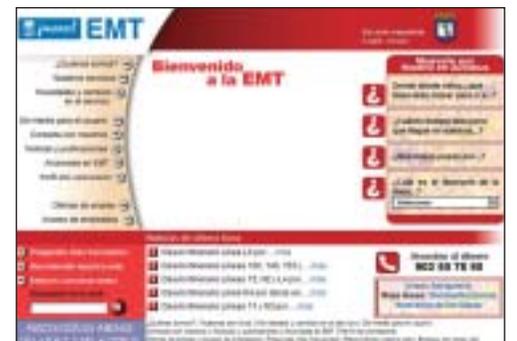
<http://www.rj.com>

## Autobuses en Madrid

↑ La Empresa municipal de Transportes de Madrid ofrece en su página en Internet una completa **información** sobre la compañía y sus servicios de transporte urbano en la capital, incluyendo un amplio conjunto de herramientas de ayuda al usuario.

↑ Su información es de **utilidad** para los usuarios de sus servicios.

↓ Por su tipología de servicios, no dispone de **reservas online**.



<http://www.emtmadrid.es>

## Turismo en Lugo

↑ La web de Turismo de la provincia de Lugo ofrece, con un diseño gráfico y una estructura de calidad, un amplio conjunto de **información** sobre sus atractivos y servicios turísticos, incluyendo un área dedicada a los organizadores de eventos.

⇒ Podría ser de más **utilidad** si amplía su sistema de información.

↓ Para gestionar **reservas** enlaza con las web de los proveedores.



<http://www.lugoturismo.com>

## Turismo activo riojano

⇒ RiojaTrek es una central de Turismo activo en La Rioja, que ofrece **información** sobre servicios turísticos relacionados con el vino y rutas de naturaleza y culturales, aunque por el momento su programación es muy limitada y no contempla la reserva **online**.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa oferta de servicios.

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



<http://www.riojatrek.com>

## LEGISLACIÓN

### Resoluciones

#### Nuevas legislaciones

✓ Resolución de 18 de marzo del ejercicio 2009, del Instituto de Turismo de España (TurEspana), por la que se aprueban las tarifas para el presente año, correspondientes a los alquileres que presta el Palacio de Congresos de Madrid.

✓ Orden, del día 26 de marzo del ejercicio 2009, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de becas de Comercio y Turismo/ Fulbright.

✓ Resolución de 9 de diciembre del ejercicio 2008, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Convenio de colaboración, entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Extremadura, Área de Desarrollo Local de la Diputación de Badajoz y la Confederación Empresarial de Turismo de Extremadura, para el desarrollo de un plan de dinamización del producto turístico en Tierra de Barros-Zafra-Río Bodión.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSOS

### Turismo convoca un 15% más de becas

#### Programa 'Becas Turismo de España'

Con el objetivo de estimular la formación de los jóvenes titulados y conseguir "una mayor cualificación" en el Sector Turístico, la Secretaría de Estado de Turismo aumenta en un 15% el número de becas de postgrado en materia turística para 2009. A lo largo del presente ejercicio se convocarán las 78 becas. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha destinado un presupuesto de 1,5 millones de euros para llevar a cabo este plan de formación.

Turismo, que destaca que dicho aumento responde a una "clara apuesta" por la formación en la industria turística española, anuncia que las becas estarán dirigidas a licenciados y diplomados en Turismo, tanto de nacionalidad española como extranjera, con un importe máximo de 20.000 euros cada una. Con esta ampliación de la dotación, la Secretaría de Estado de Turismo pretende fomentar la investigación técnico-científica, facilitar la iniciación profesional en instituciones y empresas turísticas de prestigio, tanto nacionales como foráneas, e incrementar la cooperación internacional en materias turísticas.



Los españoles podrán optar a un total de 53 becas, pudiendo realizar sus estudios de postgrado en España o en el extranjero. Los estudiantes foráneos cuentan con 25 becas en España. Estas ayudas de postgrado se enmarcan en el programa 'Becas Turismo de España', iniciado en 1993. Desde su comienzo, se han formado 1.431 personas vinculadas al Sector Turístico con estas becas concedidas por la Secretaría de Estado de Turismo.

## LIBROS

### Consejos para una conducción segura

#### Guía de la Buena Conducción

Avis, compañía de alquiler de vehículos, ha editado una Guía de la Buena Conducción, con la que pretende dar "consejos prácticos para una conducción segura, eficiente y respetuosa con el entorno". Dicha publicación, que se integra dentro del Folleto de Información General 2009, promueve una conducción responsable en dos sentidos: seguridad y eficiencia.

Para una conducción segura, la guía editada por Avis aborda temas como el respeto a los límites de velocidad, los principales riesgos de distracción durante la conducción o la importancia de los dispositivos de seguridad infantiles. Para una conducción eficiente, aporta claves para reducir las emisiones del vehículo que, a su vez, propician un menor consumo. Entre otras recomendaciones de la publicación, Avis aconseja circular a 90 km/h, la velocidad que menos consumo produce, ya que a 120 km/h el vehículo gasta hasta un 30% más de combustible.

## CALENDARIO

### Ferias de Turismo en el mes de mayo

● Del 10 al 12 de mayo del año 2009, Germany Travel Mart 2009 (GTM 2009), Messe Berlín, Berlín, Alemania. Berlín acoge la 35ª edición de la feria GTM, uno de los mayores eventos turísticos de Alemania. Expositores del país germano presentarán sus ofertas de ocio y viajes en esta feria destinada, principalmente, a fortalecer el Turismo receptivo de Alemania. Para ampliar la información sobre el encuentro celebrado en Messe Berlín puede acceder a la siguiente página web: <http://www.germany-travel-mart.de>.

● Del 14 al 17 de mayo de 2009, Feria de Turismo en Ecuador, Centro de Exposiciones y Convenciones Mitad del Mundo 'Cemexpo', Ecuador, San Francisco de Quito. La capital más antigua de Sudamérica será el escenario de la VII Feria de Turismo 2009. Este encuentro congregará a las principales empresas turísticas del país, que expondrán ante los visitantes un amplio abanico de ofertas. Para ampliar información sobre la feria puede consultar la página web <http://www.fite.info>.



## La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR  
☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39  
DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid  
E-mail: [atencion-clientes@nexotur.com](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional

## SUBEN

### ▲ Miguel Mirones



Miguel Mirones, presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), ha sido elegido miembro del comité ejecutivo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), que estará compuesto por 40 personas.

### ▲ Juan Montesinos



Juan Montesinos Santander se ha incorporado a Abba Hoteles como director del establecimiento que la cadena tiene previsto abrir este próximo verano en Alemania: el Hotel Abba Berlin. Montesinos, de 30 años, posee una dilatada experiencia en el sector hotelero.

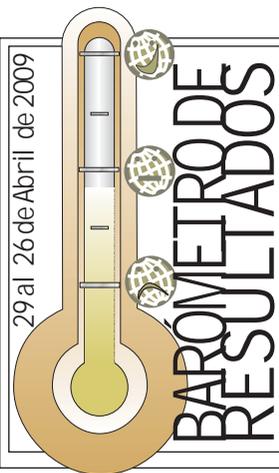
### ▲ Javier López



Javier López Bernat ha sido nombrado nuevo director de cuentas estratégicas de Cataluña, Levante y Aragón de la compañía Micro Focus, proveedor de gestión de aplicaciones y soluciones de modernización para empresas.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves .....	2
Protagonista / Joan Gaspart .....	3
Entrevista / Manuel López .....	4
Escaparate .....	6-17
Mostrador .....	19-21
Club .....	22
Hotelería .....	23-25
Evaluanet .....	26-27
Indicadores .....	28
Booking .....	29
Ofertas de empleo .....	30
Agenda .....	31



## LA SEMANA

### Los puentes no llevan a ningún lado

No deja de ser un chiste malo, porque es cierto que los puentes de Mayo de este año, el segundo sólo madrileño, y el primero también en buena parte, no conducen a ningún destino. Y no lo hacen porque son demasiado cortos, en realidad es sólo festivo el viernes en cada caso, y no está la demanda para muchas alegrías, prefiriendo reservarse para el verano, o directamente omitir cualquier viaje fuera de la temporada punta. Las ofertas para la anticipación de reservas tampoco están recibiendo demasiado entusiasmo, dando la sensación de que más bien se va esperar a las de última hora, a la vista de la atonía general de todos los mercados. Se presenta una larga temporada valle, en suma.

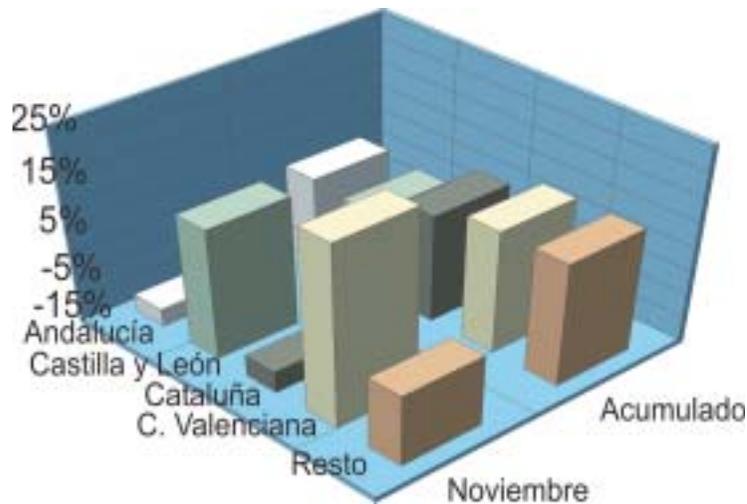


## COYUNTURA

### Los viajes internos se mantienen

Aunque la llegada de visitantes internacionales se reduce mes a mes, parece, al menos hasta el momento, que los españoles continúan viajando, tanto al extranjero como por el territorio nacional. Así lo demuestran los 12,2 millones de desplazamientos de noviembre, cifra idéntica a la de 2007. En cuanto a los viajes al extranjero, la cifra es aún más positiva, con un incremento del 3,7% respecto al mismo mes del pasado año.

### Comunidades de destino



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET)

© NEXOTUR

más, se mantiene a la cabeza, acaparando el 17,3% del total. A continuación se sitúan Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana, con el 14,6%, 13,3% y 12,8%, respectivamente. En términos de evolución, mientras que Madrid y la Comunidad Valenciana registran

aumentos del 2,3% y 36,3%, los viajes procedentes de Andalucía y Cataluña caen un 21% y un 5%.

En relación al medio de transporte utilizado por los españoles, los viajes realizados en coche continúan siendo los más numerosos, acaparando el 79,1% del total. Con

pesos idénticos —del 7,9%— se sitúan los viajes en avión y en autobús. En términos de evolución, mientras que los viajes en coche y en autobús aumentan un 2% y un 4,4%, respectivamente, los realizados en avión experimentan una caída interanual del 10,1%.

### Previsiones favorables

En el mes de diciembre de 2008 los españoles han realizado 13,4 millones de viajes, registrando un ligero crecimiento del 2% respecto al mismo mes del año anterior. En este período, los viajes de fin de semana han supuesto en torno al 37% del total. Le siguen en importancia las vacaciones de Navidad, con el 18%, y los viajes de puente, que suponen el 14%. En términos de evolución, se observan sendos crecimientos en los viajes de fin de semana y de Navidad y un descenso en los viajes de puente. Respecto a las Comunidades de destino, destaca el buen comportamiento de Cataluña y Castilla-La Mancha.

Por otra parte, en el primer mes del presente ejercicio, tanto los viajes al extranjero como los realizados dentro de las fronteras aumentan, aunque la variación de los primeros es mayor. En relación al tipo de viaje, los más numerosos son los de fin de semana, seguidos por los desplazamientos de Navidad y los de trabajo, con pesos similares cercanos al 20%. En términos de evolución, los de Navidad experimentan un notable crecimiento interanual, frente al descenso de los de fin de semana y el estancamiento de los de trabajo.



¡Este verano, MSC Splendida eclipsará Barcelona!  
Embárcate en un mar de emociones con su simulador de Formula 1, cine 4D, MSC Aurea SPA o su exclusiva zona VIP, MSC Yacht Club; con 99 suites y servicio de mayordomo 24 horas.  
MSC Splendida, una obra maestra sobre el mar.

www.msccruceros.es

