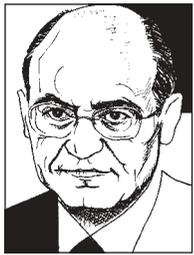




**JOAN MESQUIDA**  
**Cultura del detalle**  
Pág. 12/ La Secretaría apuesta por atención al cliente para mejorar percepción del turista



**GERARDO DÍAZ FERRÁN**  
**Excesivamente alarmista**  
Pág. 11/ Parte del Sector tilda de alarmista la previsión de algunos círculos empresariales



**JUAN ANDRÉS MELIÁN**  
**Realidad práctica**  
Pág. 12/ Para la Mesa del Turismo, el Gobierno debería llevar a la práctica medidas oficiales



**ANGÉLICA SUCH**  
**Innovación y competitividad**  
Pág. 14/ Con Ivantur, Valencia espera fomentar la innovación en el Sector



**RAFAEL SERRA**  
**Intrusismo en la Red**  
Pág. 14/ UCAVE pide que se cierren las web que operan ilegalmente como agencias

## La crisis sanitaria de México afecta al Sector español con intereses en el Caribe

Las agencias ofrecen alternativas de destino o el aplazamiento del viaje

El brote de gripe porcina podría perjudicar notablemente al Sector Turístico. Aerolíneas, agencias de viajes, mayoristas y cruceristas cuentan con intereses

económicos en México e incluyen este destino en sus programaciones. Desde el Sector se advierte que aún es pronto para evaluar las potenciales consecuencias.



Prof. Manuel Figuerola Palomo.

**El reto de la agencia es adaptarse a los cambios**

Para el profesor Manuel Figuerola, la agencia debe acomodarse al momento y estar más acorde con el Turismo del siglo XXI. **Pág. 4**

**‘El Consultor’ ayuda a incentivar la venta**

El Consultor explica cómo incentivar la venta anticipada en las agencias de viajes en la actual coyuntura económica. **Pág. 23**

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

Ante la pandemia de gripe porcina en México las agencias "han comenzado a ponerse en contacto con los clientes para ofrecerles alternativas o la posibilidad de aplazar el viaje", explica el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras. Además, "aunque hay que esperar a ver cómo evoluciona la situación, las mayoristas van a ofrecer nuevos destinos alternativos", matiza el gerente de AMAVE, Ruperto Donat, quien incide en la importancia de México para

las agencias nacionales. Así lo corrobora el presidente de FEEAV, Rafael Gallego, que calcula que en torno a 100.000 españoles visitan México al año. Aunque las consecuencias en el Sector aún no son medibles, los primeros efectos se están haciendo notar con caídas en Bolsa de compañías como Iberia o Sol Meliá o la suspensión de viajes a Cancún de TUI Travel y Thomas Cook.

☞ **Check-out en pág. 3**  
y **Escaparate en pág. 6**

## El Sector cree que ‘es tiempo de actuar’

El jueves 23 de abril se celebraba el Salón TurNexoCatalunya donde cerca de dos centenares de agentes de viaje del Sector se acercaban al Hotel Eurostars Grand Marina para conocer de primera mano las propuestas para la temporada de verano de los principales proveedores. Por otra parte, el Debate NEXOTUR deja clara la disposición que existe para afrontar la crisis. Así, todos los participantes en el debate afirman que "no tiene sentido la lamentación, lo que procede ahora es la reflexión y la acción" ante la coyuntura actual.

☞ **Escaparate en pág. 8, 9 y 10**



En TurNexo Catalunya han participado cerca de 200 agentes de viajes.

## UNAV propone la unidad como solución a la crisis

Jesús Nuño propone crear el Observatorio del Sector

"Frente a la crisis, unidad", proponía el presidente de UNAV, José Luis Prieto, en su congreso anual, celebrado entre el 23 y 26 de abril en Marbella. Una unidad no sólo entre agencias, sino también con los proveedores. "Hay que ir de la mano", sostiene.



José Luis Prieto

Centenar y medio de profesionales han participado en el Congreso de UNAV, que se ha dividido en dos paneles con intervenciones breves, seguidos de sendos debates abier-

tos. Así han estado presentes proveedores como Iberia, Renfe, Amadeus, Travelport, Travelplán, Orizonia, Catai Tours, Costa Cruceros y Soltour, que han revalidado el papel de las agencias como intermediadoras. Por su parte, el director general de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, propuso la creación de un Observatorio del Sector.

☞ **Editorial en pág. 3**  
y **Escaparate en pág. 12**

## El Grupo Europa denuncia Correos ante Competencia

Grupo Europa Viajes ha denunciado a Correos ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia por las tarjetas TurCorreos. "Entendemos que están falseando la competencia" y "una sociedad estatal no puede comercializar un producto privado", apuntan desde el Grupo. Finalmente la denuncia no se ha extendido a Viajes Crisol, porque "no son los que deciden sobre Correos para comercializar". ☞ **Escaparate en pág. 13**

AIR FRANCE KLM

## Nuevos destinos de KLM:

Liverpool 3 vuelos diarios  
Calgary 5 vuelos semanales

Más información en [www.atkibiz.es](http://www.atkibiz.es)

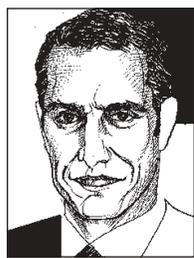
más de 800 destinos y rápidas conexiones con toda la red de KLM y Skyteam

Viajes que inspiran

## ■ CLAVES

**El agente y la formación**

**E**STE 2009, AMADEUS España ha acometido uno de los proyectos más ambiciosos en materia de formación en el Sector: familiarizar a 30.000 agentes de viajes en el uso de la nueva plataforma de emisión y billetes Amadeus Ticketing, a la que migrará este año 2009 la totalidad de las agencias de viajes de nuestro país.



☞ MIGUEL ÁNGEL PUERTAS

Cualquier mejora significativa en una herramienta de trabajo exige usuarios preparados capaces de sacarle el máximo partido. Pero, en realidad, la formación es mucho más que aprender a utilizar adecuadamente un medio: es adaptarse a un nuevo entorno utilizando todos los recursos a nuestro alcance. Sobre todo cuando ese entorno exige, como ocurre con la actual conjuntura, importantes ahorros de tiempo y reducción de los costes para ser más productivos y la capacidad de ofrecer el mejor servicio a unos clientes que cada vez son más exigentes e informados.

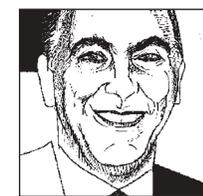
En este sentido, cobra especial relevancia por su dinamismo y flexibilidad la formación *online*, por la que Amadeus lleva apostando desde el año 2002, cuando lanzó su plataforma de *e-learning* ([www.formacion.es.amadeus.com](http://www.formacion.es.amadeus.com)). Con 400.000 horas de enseñanza y más 12.000 alumnos, la formación virtual que ha desarrollado Amadeus ha logrado gran aceptación en el sector y se ha convertido en buen ejemplo del éxito de la formación no presencial en nuestro país.

Por otro lado, el proyecto de formación en Amadeus Ticketing que se acaba de inaugurar ([www.amadeusticketing.com](http://www.amadeusticketing.com)) es, por la magnitud del proyecto, un gran paso en la trayectoria de Amadeus. Pero detrás vendrán muchos otros que, como éste, contribuyan a mejorar la capacitación de los agentes de viajes y el servicio que den a sus clientes. Todo ello, de la mano de empresas punteras en *e-learning*, que, con una metodología dinámica en la que Amadeus incluye ejercicios de autoevaluación, documentación de consulta, videos explicativos y tutorías virtuales, convierten al alumno, como no podría ser de otra manera, en protagonista de su propio aprendizaje.

☞ Miguel Ángel Puertas es director de atención al cliente y formación de Amadeus España.

**E**'El Turismo responsable no es más que aquel que ofrece viajes en los que se trata de minimizar los impactos negativos de esta actividad, al tiempo que se potencian los negativos. No estamos hablando de Turismo solidario', explica el director de Viajesresponsables.com

## TRIBUNA



☞ CARLES TUDURÍ

**Viajes responsables, opción de en tiempos de crisis**

**E**N TIEMPOS DE CRISIS como los que corren bueno es intentar ofrecer al cliente mucho más que la competencia y, eso, en el ámbito turístico no es *moco de pavo*. Estamos ante una nueva época en la que el turista se ha hecho adulto y no se conforma con cualquier cosa. Los creadores de experiencias sin duda tienen el futuro asegurado en cualquier ámbito, pero en el Turismo seguro que hay un lugar muy especial para ellos en el *hall off ame*.

Dentro de esta tendencia generalizada, el Turismo responsable tiene una oportunidad de hacerse un hueco importante en un mercado caracterizado por la tremenda competencia y por un entorno volátil, capaz de marcar cambios a un ritmo que a la denominada industria turística a veces le cuesta asimilar. Pocos podían imaginar hace unos diez años que unos recién nacidos como Ryanair o EasyJet pondrían *de patas arriba* un sistema turístico asentado durante casi medio siglo. Pero lo han hecho, ha provocado uno de los muchos cambios a los que estamos asistiendo.

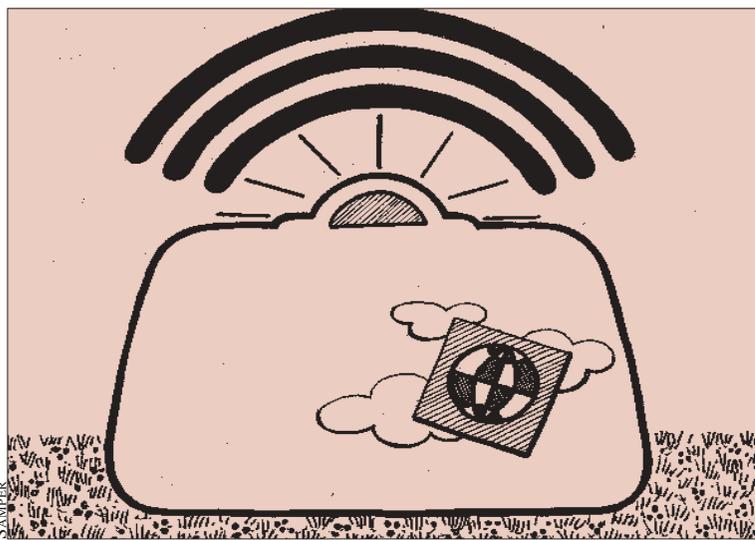
El crecimiento de sensibilidad medioambiental del ciudadano medio es otro factor, que quizá más a largo plazo, puede poner en entredicho algunas de las estructuras turísticas dominantes. Ya son unas cuantas las grandes empresas que han adoptado medidas en este sentido, ya sea para calmar su mala conciencia social, para maquillar una actividad depredadora, por hacerse con un elemento de posicionamiento distintivo ante la competencia o realmente por una concienciación sobre la necesidad de impulsar un Turismo más responsable.

Nos encontramos ante un segmento incipiente, pero que apunta a consolidarse en las próximas décadas. La crisis que asola las economías mundiales puede convertirse en un nuevo impulsor hacia una forma más responsable de viajar. Aunque en cualquier movimiento de cambio que supone una crisis se esconden a la vez amenazas y oportunidades. Las amenazas están claras. En época de penurias el consumidor opta por los productos más económicos. Pero la oportunidad puede aparecer tras las primeras tormentas. La constatación de que el modelo capitalista, siendo el único que conocemos con un funcionamiento mínimamente satisfactorio, no es perfecto y debe ser sometido a una ITV integral.

En una nueva forma de entender la sociedad y las relaciones con

los demás, el Turismo responsable surge como una oportunidad para conseguir experiencias vitales que nos congreñen con nosotros mismos y nos ayuden a seguir creyendo en el Turismo como motor de riqueza y bienestar... para todos.

Estos proyectos ya han trascendido el ámbito local y en muchos casos las propias administraciones turísticas han asumido la promoción del Turismo sostenible o responsable como un hecho diferencial. El caso más emblemático tal vez sea el de Costa Rica,



El Turismo responsable no es más que aquel que ofrece viajes en los que se trata de minimizar los impactos negativos de esta actividad, al tiempo que se potencian los negativos. No estamos hablando de Turismo solidario. Estamos hablando de algo tan sencillo como de operar con criterios de responsabilidad. Evidentemente, no existe el viaje responsable perfecto. Toda actividad siempre tiene algún impacto negativo, lo contrario es una utopía. Pero que el viaje consiga aportar mucho más beneficio que perjuicio es una realidad que ya existe en forma de numerosos operadores en

mercados emisores, como, el Reino Unido (Responsible travel.com, Tribes, Exodus, etc.), y unos pocos en España (Ismalar Rutas, Viajesresponsables.com, etc.).

Los mercados receptores de países en desarrollo se han interesado también en una nueva forma de viajar que aporta mayores beneficios a las comunidades donde se desarrolla la actividad vacacional. En Iberoamérica se ha extendido el denominado Turismo comunitario, pequeños proyectos turísticos impulsados por comunidades locales. Desde cooperativas agrícolas (como UCA Tierra y Agua en Nicaragua o Cooprena en Costa Rica), que ofrecen *tours* completos, hasta asociaciones que representan comunidades indígenas y gestionan alojamientos, como los indios achuar con el Kapawi Resort, por ejemplo.

destino que ha sido capaz de articular una amplia oferta dentro de este ámbito y de promocionarla con éxito.

Aunque los casos de éxito son muchos, estamos todavía hablando de un segmento muy reducido que lucha por hacerse un hueco, aunque el Turismo responsable trasciende a lo que es un tradicional segmento de viajes. El Turismo responsable es más bien una nueva forma de entender esta actividad, por lo que es extensible a cualquier forma turística susceptible de generar beneficios para la comunidad local conservando intactos sus recursos.

Lógicamente, este tipo de Turismo se adapta con mayor facilidad a una serie de modalidades vacacionales, como el ecoTurismo, el Turismo activo o el Turismo rural, pero no por ello debe dejarse de lado cuando lo que se ofrece es 'sol y playa' o los tradicionales viajes de circuitos. Por ello, en situaciones de crisis es posible recurrir al valor diferencial que aporta este tipo de viaje.

Dentro de este ámbito de oportunidades, sin embargo, el consumidor y el empresario deberían saber distinguir entre maquillaje y realidad. Colocarse la etiqueta de 'verde' ha sido gratis durante muchos años, lo mismo ocurre ahora con la etiqueta de 'responsable'. No existen recetas mágicas para diferenciar entre lo verdaderamente responsable o sostenible y lo falso, pero sí que podemos apoyarnos en algu-

nas certificaciones o entidades que llevan trabajando durante años por concienciar sobre la necesidad de impulsar la sostenibilidad en el Sector.

Así, encontramos algunas certificaciones de interés, como South Trade Tourism in South Africa, Smart Voyager en Ecuador, Costa Rica Turismo Sostenible, Green Award en Gran Bretaña y algunos otros intentos de garantizar al consumidor que está optando por un servicio turístico responsable, ya se trate de un alojamiento o de un viaje organizado.

Dentro de esta estrategia es loable la labor que Rainforest Alliance está realizando en Iberoamérica, ayudando y asesorando a las empresas locales para que adopten buenas prácticas y que terminen certificando su actuación sostenible. Ese es el camino, impulsar una oferta con vocación de calidad y sostenibilidad, capaz de satisfacer la necesidad del cliente de vivir una experiencia inolvidable. De la capacidad de convencer al consumidor de que realmente está adquiriendo un producto responsable dependen el éxito de estas iniciativas, puesto que el consumidor no está dispuesto a pagar gato por liebre.

Un vez se ha creado esta industria es necesario que se comercialice de forma adecuada. Muchos de los proyectos de Turismo comunitario se han quedado a mitad de camino por falta de experiencia y conocimiento en la comercialización de

productos turísticos. Se ha diseñado un producto y se ha puesto un precio, pero en no pocas ocasiones se ha pasado por alto un detallado plan de distribución y promoción. La irrupción de Internet ha devenido una oportunidad si

igual para tender un puente entre una oferta existente y una demanda incipiente que busca nuevos productos.

El otro puente somos las pequeñas agencias que hemos apostado por tratar de llenar un hueco de mercado que todavía no sabemos si existe. Algunos, como Ismalar Rutas, han abierto el camino de una forma brillante, otros, como Viajesresponsables.com, hemos apostado por Internet como fórmula de agrupar una demanda muy dispersa que en ocasiones no encontraba la que buscaba por falta de información. Se sumarán nuevas iniciativas y esperemos que tengan éxito, porque su éxito será el de millones de personas que ven el Turismo como una forma de mejorar sus vidas.

☞ Carles Tudurí Borrás es director de Viajesresponsables.com.

**Este Turismo se adapta con facilidad a las modalidades de Turismo activo, rural o ecoTurismo**

**Aunque los casos de éxito son muchos, es un segmento reducido que lucha por hacerse hueco**

# 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 Figueiroa / 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 Secretaría  
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 (Embalizado y Distribución)

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

© NEXOTUR es una Marca Registrada de Nexo Editores SA (Grupo NEXO)

© Copyright NEXO EDITORES SA y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Crónica de un (excelente) congreso

**E**L CONGRESO DE LA SOLIDARIDAD. La veterana Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Asociación decana del Sector, ha celebrado su decimosegundo congreso bajo el signo de la crisis, con la solidaridad como enseña.

"Frente a la crisis, unidad", proponía el presidente de UNAV, José Luis Prieto, tras revelar que, "aunque no hemos dejado de trabajar con las Asociaciones, siempre nos encontramos con un muro: AEDAVE no está por la labor". Y si la unión "pasa por grandes dosis de solidaridad", también con los proveedores "hay que ir de la mano", ya que "no son tiempos para estar a palos con nadie".

Centenar y medio de profesionales participaron en el dinámico formato del Congreso de UNAV en Marbella, consistente en dos paneles con intervenciones breves, seguidos por sendos debates abiertos entre ponentes y participantes.

Iberia, Renfe, Amadeus y Travelport formaron la primera mesa, que evidenció el mal momento por el que atraviesan las relaciones del Sector con Iberia, en abierto contraste con la gran sintonía existente con Renfe. Pese a su esfuerzo para sustituir venta directa por intermediada, Iberia reconoce que la cuota de las agencias en la venta de billetes de Iberia ha crecido un punto, situándose en el 78,16%, y que "ningún desarrollo propio puede sustituir la eficacia del canal de distribución". Renfe confirmó la luna de miel que vive con la agencia, confirmando como "el canal de ventas preferente", y revelando que las ventas de los agentes han pasado de 268 millones de euros en 2007 a 393 millones en 2008, creciendo un 28% a principios de este año.

Amadeus (antes Savia) y Travelport (antes Galileo) hicieron interesantes aportaciones. El primero, demostrando que los agentes debieran conocer mejor los hábitos del cliente y recabar datos (como el correo electrónico) para vender más y mejor. Y el segundo, subrayando que compañías low cost como EasyJet o Vueling, "cuya estrategia pasa por la venta directa, ya están en los GDS".

**UNAV volvió a mostrar en Marbella su eficaz formato de congreso, que contó con paneles de transportes, mayoristas y Grupos, con la activa participación de los agentes de viajes**

Singular interés despertó la intervención del director general de Viajes el Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, quien confirmó que llueve para todos: "nuestra caída en el primer trimestre fue superior al 20% y hoy se acerca al 30%, siendo negativas las previsiones para el verano". También se preguntó el líder del Sector "si todos bajamos los precios... ¿con quién se quedará el cliente?", para contestarse: "con el agente que le escuche, le ayude, le sonría y le aporte más valor". Y propuso la creación de un Observatorio del Sector.

Travelplán, Orizonia, Catai Tours, Costa Cruceros y Soltour, a través de sus primeros espadas, reiteraron su apuesta por las agencias en el segundo panel de proveedores. Luis Mata (Travelplán) anunció un nuevo turoperador en la Red, "sólo para agentes", que ofrecerá 'paquetes' dinámicos con buscador para las agencias online.

Nicolás Pérez (Iberojet y mayoristas de Orizonia) desmintió una debacle de sus ventas en Semana Santa y anunció "una caída del 25% en el próximo futuro". Matilde Torres (Catai) advirtió que "no se nos puede olvidar que el cliente es el rey y que nunca se le engaña". Javier del Castillo (Soltour) entonó un particular *mea culpa* para explicar el desplome de sus ventas "por no haber adaptado nuestra estructura ni contar con la tecnología adecuada". Y Bernardo Echevarría (Costa Cruceros) reclamó, ante la crisis, "sentido común en la gestión, instinto de supervivencia y ambición de cara al futuro".

Tres líderes de los Grupos comerciales, Juan José Oliván (Airmet), Agustín Lamana (Star) y José Luis Ramil (Unida), reiteraron la necesidad de adecuar la oferta a la demanda y claridad y rigor en la publicidad, anunciando la creación de una Lista Blanca de Proveedores que apoyen a los agentes y del Código de Conducta de buenas prácticas comerciales.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

### ▲ check-in / PRESIÓN VENDEDORA

#### Estimulando la demanda

Las grandes redes minoristas del Sector están realizando una fuerte inversión publicitaria para impulsar las ventas, de cara a la temporada de verano.

Aunque la lógica intencionalidad de estas grandes agencias es adelantar sus propias reservas, asegurándose el máximo de facturación, es un hecho comprobado que las campañas masivas de publicidad reinvierten en el conjunto del Sector, al estimular la demanda. Máxime cuando parte de la demanda emisora será, previsiblemente, especialmente tardía, ante el retraimiento y la incertidumbre que vienen caracterizando el comportamiento del cliente.

Resulta sorprendente el despliegue publicitario del Sector, con Viajes El Corte Inglés y Viajes Marsans a la cabeza, hasta el punto de que en la segunda quincena de abril los anuncios de Turismo han acaparado un tercio de la publicidad en la Prensa diaria.

El dinamismo del Sector se pone de manifiesto, una vez más, precisamente cuando la recesión del mercado publicitario es más notoria. Aunque no falta quien justifica este esfuerzo promocional en la necesidad de hacer más caja diaria, ante las tensiones de tesorería que sufren las empresas. Dificultades que se traducen en una creciente falta de liquidez —coincidente con la sequía crediticia— en la que, lamentablemente, las agencias coinciden con las empresas de gran parte de actividades económicas.

Una vez más, las agencias dan muestras de una singular agresividad a la hora de estimular la demanda. Encabezadas, lógicamente, por las grandes redes, que hacen de locomotora de una red comercial en la que las pymes continúan siendo mayoría.

### ★ personaje de la semana / Jesús Nuño

El director general de Viajes El Corte Inglés dió ejemplo de que la agencia líder es "una agencia más del Sector" a la hora de trabajar por el Asociacionismo, en el último Congreso de UNAV. Sus propuestas de crear un Obser-



vatorio del Agente (iniciativa también de NEXOTUR) y un AgentAdvisor (foro profesional en la Red) fueron muy bien acogidas, y bien merecerían que el resto de Asociaciones empresariales (y Grupos comerciales) las hagan suyas.

### ★ la chispa / Quique



### ▼ check-out / GRIPE PORCINA

#### Crisis sanitaria en Caribe

La posibilidad de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declare formalmente una pandemia en México, a raíz de la epidemia de gripe porcina, supone un durísimo golpe para grandes destinos turísticos mexicanos, desde Cancún a Riviera Maya, que podría extenderse a otros destinos del Caribe.

Justo cuando se inician las ventas para la temporada de verano, y se acometen grandes esfuerzos promocionales para publicitar estos importantes destinos vacacionales, proliferan en los telediarios la impactante imagen de turistas regresando a casa con mascarillas, para evitar resultar ser infectados.

Aunque el alcance de la crisis depende fundamentalmente de si la pandemia llega o no a declararse oficialmente, el daño a los intereses españoles podría ser realmente importante. Y no sólo en lo que al emisor español se refiere. La notable posición de hoteleros españoles en destinos del Caribe podría verse gravemente perjudicada, al igual que los transportistas (aéreos y cruceros) que allí operan. Máxime ante la llegada de la temporada alta de las ventas, que agudizará aún más el creciente retraso en la toma de decisión de los clientes a la hora de concretar la reserva de sus vacaciones.

Cuando la pandemia de la gripe porcina de América pende, cual espada de Damocles, sobre el Turismo, es inevitable recordar las gravísimas consecuencias de la gripe aviaria (el temible SARS) en Asia, que provocó un serio parón en los tráficos viajeros.

Llueve sobre mojado y, a la crisis financiera y de la demanda, podría sumarse esta nueva crisis sanitaria, que ojalá no llegue a nunca materializarse.

**El nivel de formación de los profesionales del Sector es muy insuficiente / La capacidad de recuperación del Turismo ante la crisis, tanto para la demanda interna, como para la externa, será muy superior, con relación a la reacción de la media de la economía española / El segmento más afectado por la coyuntura será el vacacional de menor poder adquisitivo**

## «La caída media real del sistema turístico en 2009 será de entre 4 y el 6 %»

Manuel Figuerola / Director departamento de Turismo Universidad de Nebrija

El director del departamento de Turismo de la Universidad de Antonio Nebrija, Manuel Figuerola, analiza la situación del Sector en general, y de las agencias en particular.

**P.- ¿Qué opina del nivel de formación en general de los profesionales del Sector Turístico?**

**R.-** Lamentablemente, aunque me duele y me avergüenza, puesto que prácticamente toda mi vida me he dedicado a esa formación, he de responder que muy insuficiente. Y por tanto hemos de actuar muy intensamente en la política educativa y formativa.

**P.- ¿Cree que el Turismo es una profesión que está de moda? ¿Hay mucha afluencia de alumnos?**

**R.-** Me atrevería a destacar, respec-

to a la primera cuestión que ha habido otros momentos en que los estudios de Turismo estaban más demandados. En cuanto a la segunda, pienso que en determinadas universidades y en ciertos lugares de intenso desarrollo turístico, todavía la afluencia es significativa, pero en términos relativos, globalmente, la afluencia o la demanda de plazas para estudiar Turismo ha descendido. En ese sentido, me apoyo en el recuerdo de la intensidad de la demanda para inscribirse o estudiar en la escuela Oficial de Turismo. Es evidente, que hay más centros en donde estudiar la titulación, pero el número total de solicitudes es menor.

**P.- ¿Cuál es su visión sobre la crisis en el Turismo?**

**R.-** Mi visión es ciertamente pesimista, en función de todos los indicadores que manejo. No obstante, el impacto negativo lo veo muy coyuntural. Y pienso que la capacidad de recuperación del Turismo, tanto para la demanda interna, como para la externa, será muy superior, con relación a la reacción de la media de la economía española. La comparación resulta favorable con relación a numerosos sectores (construcción y sectores industriales como la automoción) y ciertamente desfavorable, con relación a la media nacional. Puesto que estimo, que la caída media real del sistema turístico durante el año 2009 estará comprendida entre el 4 y el 6 %. Valores que no deberá alcanzar el conjunto de la economía.

**P.- ¿Cómo valora el desarrollo de la temporada turística durante 2008?**

**R.-** Como muy desfavorable. Tal como puede apreciarse con cuatro valores que voy a destacar. La demanda extranjera en cuanto a llegadas de turistas descendió el 2,6 %. Y en cuanto a ingresos en términos reales creció solo el 0,1 %. Luego en términos reales, su descenso deberá haber sido superior al 4 %, valor mayor que la caída del número de los turistas. Con

relación a la demanda interna, la caída en el número de las pernотaciones en los hoteles durante 2008 llegó al 3,07 %. Evidentemente resultados muy negativos. No obstante, Familitur ofrece un incremento del número de viajes del entorno del 7 %, pero se estima viajes dirigidos a las viviendas propias y a casas de familiares y amigos.

**P.- ¿Y cómo se presenta la temporada turística para 2009?**

**R.-** Se presenta muy mal. Los datos oficiales de los dos primeros meses, tanto en las llegadas, como en los ingresos de los turistas no residentes, presentan variaciones

negativas, sobre un año adverso como 2008. Y con respecto a la demanda de los viajeros residentes, los datos de la encuesta de ocupación hotelera, también ratifica las impresiones generales, pero todavía más desfavorables, ya que el descenso alcanza el 13,07 % en los primeros meses. Con relación a su diferencia respecto al año anterior, puedo confirmarles, que el descenso real conjunto

será superior, tal como respondía en pregunta anterior.

**P.- ¿Cuál es la tendencia de los viajes de los españoles para 2009?**

**R.-** Sin duda gastar menos en bienes y servicios turísticos.

Como consecuencia,

solo las poblaciones turísticas, tanto las residentes como las no residentes, cuyo nivel de ingresos sea superior al menos en un 65% al valor de su renta per cápita, podrán tomar la decisión de mantener sus costumbres viajera en los mismos niveles y coeficien-



tes que en el pasado, anterior a la crisis. Por otra parte, los que se encuentren entre el 100 y el 165, habrán de reducir al menos en un 50 % su capacidad de hacer Turismo. Y los que se encuentren por debajo del 100, o que poseen una renta menor que la media, habrán de reducir por encima del 50 % sus viajes, llegando según el descenso, a la decisión de no viajar, hasta que la crisis se supere.

**P.- ¿Cuál es el comportamiento de la demanda ante la crisis?**

**R.-** Absolutamente igual que cualquier otra clase de demanda de consumos de bienes y servicios norma-

les. Hasta ahora la crisis, con lo que significa como reducción de renta disponible y efectiva para dedicarla a la actividad turística se está proyectando con tendencia descendente. Y debo augurar, que las tasas de variación negativas tenderán a agudizarse.

**P.- ¿Qué segmentos del Sector Turístico están más afectados por la crisis económica actual?**

**R.-** Desde mi impresión personal, y apoyado en varios estudios que vengo realizando, los de elasticidad Turismo/renta más alta. Es decir, vacacionales de menor poder adquisitivo. En donde se ha de incluir la de-

manda interna que se permitía ciertas decisiones extremas en cuanto al gasto; y especialmente segmentos de la demanda no residente, localizados en nichos de renta, por debajo de los 25.000 euros per cápita.

**P.- ¿Cree que las ayudas económicas de la Administración central al Sector son suficientes?**

**R.-** Entiendo que no. El Plan Renove es una muestra de ello. Habilitar una línea de ayudas mediante créditos apoyados en la Línea ICO por valor de 400 millones de euros, para una actividad que promueve directamente un gasto o ventas por valor superior a 120.000 millones de euros, suena realmente a 'broma', aunque se amplie.

**P.- ¿Cuál cree que son los retos del Sector de las agencias de viajes?**

**R.-** Sencillamente, acomodarse al momento y a los nuevos perfiles del mercado turístico. También, proceder a una tecnificación de los mecanismos de gestión, promoción, comunicación y comercialización, más acordes con el Turismo del siglo XXI; bastantes más cercanos a los que la clientela actual requiere. Además, considerar que han de ser las agencias y operadores, más protagonistas en el diseño y programación de los servicios que el turista le exige.

**P.- ¿Apuesta por la unidad del Sector de las agencias de viajes?**

**R.-** Si el concepto de unidad se identifica con la reducción de la dimensión del mercado, limitado a muy pocos grupos con decisión propia, en un proceso de acercamiento al oligopolio, con tendencia a la fijación de una sola política, un solo criterio de actuación y un único comportamiento frente a los proveedores de servicios, de ninguna manera. Ahora bien, sí creo en la integración por medio de Asociaciones —no muchas— de manera colegiada actúen mancomunadamente, buscando soluciones para todos, en un marco de asociacionismo poderoso, libre y eficiente. Pero lejano a la estrategia monopolística.

**P.- ¿Cómo valora el problema del intrusismo en el Sector?**

**R.-** Hay que reconocer su gravedad. Y la lucha contra ella se condiciona al cumplimiento de varias actuaciones: inspección y vigilancia, formación específica, aplicación de la directiva de servicios, comunicación y promoción del verdadero agente, mejora del rendimiento de las empresas constituidas e institucionalización de manera precisa y transparente del verdadero servicio de calidad de las agencias.

**P.- ¿Cree que la legislación en materia de Turismo que aplican las distintas Comunidades autónomas está debidamente armonizada?**

**R.-** En absoluto. Y es necesario, que a corto plazo, se haga el esfuerzo real y efectivo por buscar la armonización obligada, de parte importante de la legislación que regula la actividad turística en España. Es decir, se impone pretender la unidad del mercado turístico, hoy en gran medida distorsionada.

*Los datos de la temporada turística 2008 han sido muy desfavorables según los estudios*

*La agencia debe acomodarse al momento y a los nuevos perfiles del mercado turístico actual*

## ‘El Sector Turístico está muy atomizado’

En general por su propia naturaleza, en términos económicos, el Sector Turístico está y se proyecta muy disperso sectorialmente, y muy atomizado por la dimensión de las empresas —enormemente dominado por las pymes y las micro empresas—. Por ello se distancia bastante de lo que

está pasando en el sector financiero, industrial y energético. Se podría anunciar que en el sector del transporte aéreo la tendencia habrá de dirigirse a la concentración. Pero en el sector hotelero, en donde hay una gran dispersión en todos los sentidos, considero

que en los próximos diez años la filosofía de la concentración avanzará poco; por ello, no creo que nuestras cadenas más reconocidas se vayan absorbiendo entre ellas. Con relación al sector de la intermediación el proceso será paralelo, aunque es evi-



MANUEL FIGUEROLA

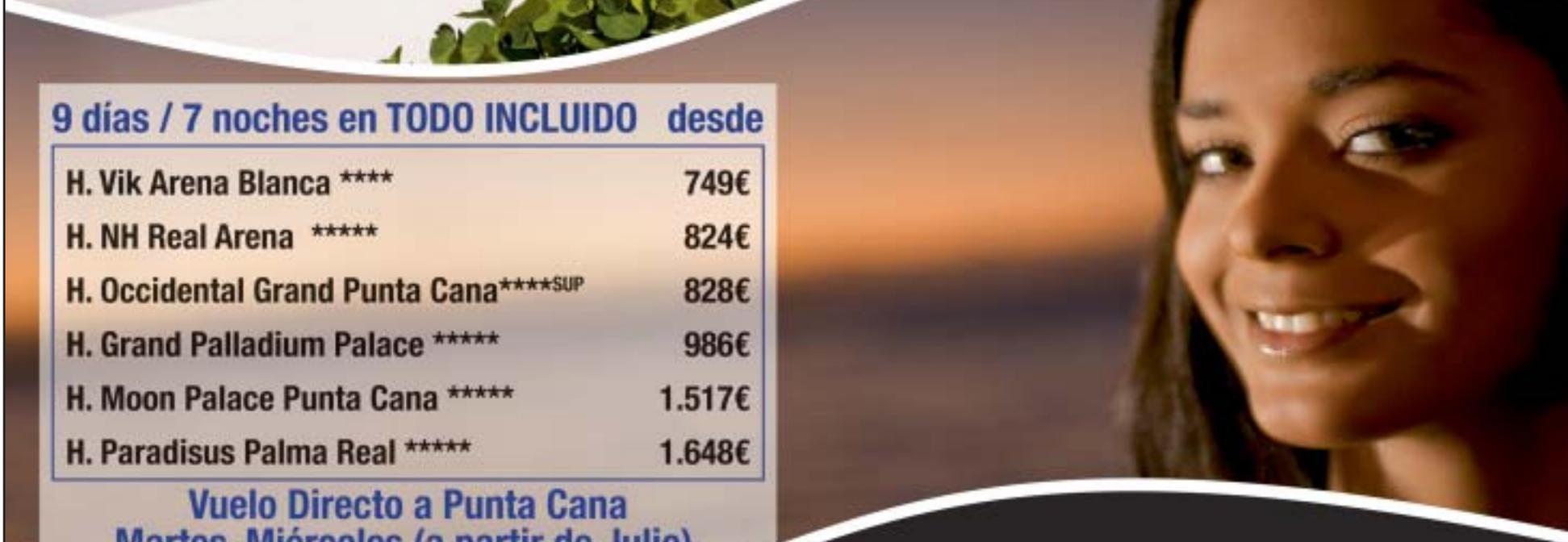
dente, que se producirán concentraciones, pero no tantas como alguien ha manifestado. Pero quiero destacar, que no me parece malo. Sin embargo, sí creo, que por razones de producto, calidad, innovación y creatividad, a medio plazo aparecerán nuevos actores y protagonistas distintos a los actuales.

Verano 2009



# República Dominicana

## Lo tiene todo



### 9 días / 7 noches en TODO INCLUIDO desde

H. Vik Arena Blanca ****	749€
H. NH Real Arena *****	824€
H. Occidental Grand Punta Cana ***** <sup>SUP</sup>	828€
H. Grand Palladium Palace *****	986€
H. Moon Palace Punta Cana *****	1.517€
H. Paradisus Palma Real *****	1.648€

**Vuelo Directo a Punta Cana**  
**Martes, Miércoles (a partir de Julio),**  
**Viernes y Domingos**



Precios por persona en habitación doble, válidos para salidas desde Madrid en determinadas fechas de Verano 2009. Incluye: avión ida y vuelta, estancia en los hoteles y régimen elegido, seguro y asistencia. Tasas de aeropuerto (99 €) y suplemento de carburante. Plazas limitadas. Precios válidos para reservas efectuadas antes del 15 de Junio. Los precios finales pueden sufrir modificaciones debido a variaciones de tarifas, tasas y/o carburantes. Infórmate de precios para la fechas de tus vacaciones así como para salidas desde otros aeropuertos.

# escaparate

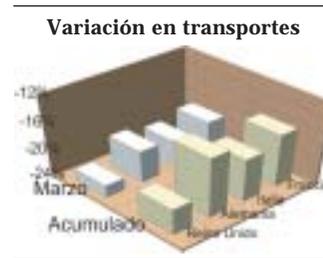
## España recibe en marzo un 20% menos de turistas

España termina marzo con un recorte interanual del 20,8% del número de turistas. Todos los mercados emisores, a excepción de Estados Unidos, contribuyen a esta pronunciada caída del destino España. **Pag. 32**



## Las 'low cost' registran un retroceso del 19,5%

En marzo, las aerolíneas de 'bajo coste' contabilizan 1,8 millones de viajeros, un 19,5% menos que en 2008, mientras que las tradicionales han sido utilizadas por dos millones de personas, un 20,3% menos.



## La confianza empresarial marca un nuevo mínimo

El Indicador de Confianza Empresarial marca un nuevo mínimo, con -27,6 puntos, 2,4 por debajo del dato registrado en enero, según muestra la encuesta que realiza mensualmente las Cámaras de Comercio.

## ■ Prontuario

### El Turismo emisor, generador de riqueza

**V**IAJAR FUERA DE nuestras fronteras es una forma de generar riqueza para el propio país tanto de forma directa, por la contratación de vuelos, 'paquetes' turísticos y servicios como por la riqueza que generamos en otros lugares. Beneficia también a las empresas españolas que se han internacionalizado como grupos hoteleros u otras empresas turísticas que hace tiempo que tienen intereses en muchos países y dependen del Turismo internacional. La exportación y la capacidad de generar riqueza de nuestras empresas en el extranjero va a ser clave para conseguir salir de



☞ RAFAEL SERRA

esta crisis y de la que sólo saldremos con fuertes dosis de optimismo, mucha imaginación y un espíritu emprendedor y viajero. Potenciamos que nuestra sociedad descubra el mundo.

Con este objetivo UCAVE ha organizado las jornadas que bajo el título 'Fem Viatjar a Catalunya' / 'Hagamos viajar a Cataluña' perseguían potenciar el Turismo emisor catalán, tradicionalmente uno de los más 'viajeros' de España, como fórmula para generar riqueza. Las actividades tuvieron lugar tanto en Girona como en Barcelona y entre los expositores hubo una gran representación del Sector: agencias de diferentes perfiles; *partners* turísticos; Oficinas de Turismo europeas y aerolíneas con vuelo intercontinental desde El Prat.

Durante las jornadas se hizo evidente que las agencias de viajes catalanas, así como las compañías aéreas que han elegido Barcelona como punto de conexión de sus vuelos internacionales, juegan un papel muy importante a la hora de conectar Catalunya con el mundo.

☞ **Rafael Serra** es presidente de Unión Catalana de Agencias de Viaje Emisoras (UCAVE).

# Las Asociaciones recalcan que es pronto para evaluar las consecuencias de la gripe porcina

Melián: 'Las agencias deben ofrecer destinos alternativos, cambios de fechas o incluso devoluciones'

**La incertidumbre se apodera del Sector Turístico. El brote de gripe porcina podría perjudicar notablemente a las agencias, ya que "México es**

**un destino importante para el mercado español", tanto en lo que respecta al vacacional como al Turismo de negocios. Aún así, las principales**

**Organizaciones coinciden en señalar que todavía es pronto para cuantificar las pérdidas, aunque se advierte una cierta ralentización.**

"Aún es pronto para evaluar las consecuencias de la gripe porcina". Esta ha sido la frase más repetida por los presidentes de las principales Organizaciones de agencias de viajes del país. Aún así, el pasado presidente de FEAAV, Jesús Martínez Millán, afirma que "las ventas hacia México se están ralentizando". Desde que el Ministerio de Exteriores y Cooperación emitiese un comunicado en su página *web* en el que recomendaba no viajar a México "salvo en casos de necesidad", tanto mayoristas como minoristas han comenzado a trabajar para ofrecer destinos complementarios.

"Aunque hay que esperar a ver cómo evoluciona la situación, las mayoristas van a ofrecer nuevos destinos alternativos", explica el gerente de la Asociación de Mayoristas Agencias de Viajes de España (AMAVE), Ruperto Donat, quien incide en la importancia de México para las agencias de viajes nacionales. Así lo corrobora el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, que calcula que en torno a 100.000 españoles visitan México al año. Además, también hay que tener en cuenta que "México es un destino muy importante para España por el gran volumen de viajes de negocios, además de ser un país de enlace para los mexicanos que vienen a Europa", explica el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras.

### Casos de fuerza mayor

Ante la situación de incertidumbre provocada por la gripe porcina y pese a que parece que México DF es la única zona afectada, las agencias "ya han comenzado a ponerse en contacto con los clientes para ofrecerles alternativas o la posibilidad de aplazar el viaje", explica Maciñeiras. Sin embargo, tanto desde la Unión de Consumidores de España (UCE) como desde la Mesa del Turismo se ha advertido que "en caso de fuerza mayor está garanti-

zando el derecho a devolución". En este sentido, la UCE pone de manifiesto que, "según lo establecido en el artículo 160 del Real Decreto Legislativo 1/2007, relativo a la regulación de viajes combinados, los usuarios pueden solicitar la cancelación del viaje sin tener que abonar ningún tipo de penalización o cobro".

Al igual que las agencias de viajes, las compañías aéreas que operan vuelos entre España y México, como por ejemplo, Mexicana Aviación e Iberia, anuncian que no cobrarán ningún cargo a los pasajeros que modifiquen sus reservas. Iberia descarta que vayan a realizarse, hasta el momento, modificaciones en la programación de operaciones a pesar de la alarma desatada por el brote de gripe porcina. Por su parte, TUI Travel y Thomas Cook suspendían los viajes a Cancún tras elevar la Organización Mundial de Salud el nivel de alerta por pandemia de tres a cuatro.

### Preocupación en la hotelería

Desde el sector hotelero, la Agrupación de Cadenas Hoteleras (ACH) ha admitido que existe "cierta preocupación" entre las empresas con establecimientos en México por el impacto económico que pueden tener las noticias sobre el brote de gripe porcina y señala que, de momento, la enfermedad no ha afectado a ningún trabajador ni ningún turista.

El presidente de la asociación empresarial, Aurelio Vázquez, recuerda la "gran alarma" que se generó en Asia con las noticias sobre la gripe aviar y ha insistido en que se debe resolver la situación adoptando las medidas higiénico-sanitarias que estime el Gobierno del país, aunque ha reconocido que la enfermedad tendrá "un impacto negativo" en la opinión pública que afectará a las ventas.

Sin embargo, Vázquez señala que todavía no se ha producido ninguna cancelación en hoteles de cadenas españolas ubicados en Méxi-



Cadenas españolas como Sol Meliá y Riu tienen gran presencia en México.

co y confía en que se dé una solución a este asunto "a corto plazo" para evitar anulaciones de reservas en las próximas semanas.

Respecto a la situación de los hoteles en el país centroamericano, éstos "funcionan con plena normalidad", según el representante hotelero, que ha añadido que se están aplicando "todas las directrices establecidas por el Gobierno" para evitar el contagio de la enfermedad, que ha causado la muerte a más de 100 personas.

En este sentido, Sol Meliá, una de las cadenas con mayor presencia en México con nueve hoteles y más de 3.400 habitaciones, ha explicado que los protocolos que se están aplicando "ya habían sido probados en ocasiones anteriores con motivo de la gripe aviar" y consisten en la monitorización de los empleados y sus familias "en caso de resfriados" y "una atención extrema" en la manipulación de los alimentos y en la higiene de habitaciones y servicios.

Sin embargo, la cadena mallorquina ha puntualizado que en estos momentos la temporada es "absolutamente baja" en lo que respecta al Turismo vacacional y de negocios, por lo que el impacto será "mucho menor". "Si el impacto de la epidemia tuviera consecuencias en mayo y junio en los hoteles de

México, Sol Meliá sólo se vería afectada en un 1,4% de sus ingresos totales", ha añadido.

### Impacto en Bolsa

Las aerolíneas Iberia y Vueling y las cadenas hoteleras Sol Meliá y NH Hoteles cerraron con caídas bursátiles en la jornada del 27 de abril, como consecuencia de la alerta desatada por el brote de gripe porcina. Concretamente, Iberia cerró con una caída del 6,58%, hasta 1,42 euros, en la Bolsa de Madrid, mientras que Vueling se dejaba un 3,3% en el parque madrileño, hasta 4,92 euros. Sol Meliá, con gran presencia en México, cerró con un retroceso del 12,8% hasta 3,74 euros. Por su parte, NH han bajado un 5,5%.

Al respecto, Self Trade señaló que los sectores más perjudicados a largo plazo serán las aerolíneas y las cadenas hoteleras, que se enfrentan a dos factores de riesgo: "el miedo a volar por el contagio y la incertidumbre de hasta dónde va a extenderse el brote".

Por su parte, Inversis ha manifestado que este "impacto prematuro" en la Bolsa se ha producido porque los mercados "están descontando por adelantado los riesgos de que se declare una pandemia de la enfermedad".

## Tras reducir sus pérdidas, Vueling espera cerrar el ejercicio con beneficios operativos

"Vueling sola ya tendría beneficios, pero con la fusión con Clickair se ampliarán las sinergias". Así lo confirma el director financiero de la aerolínea, Antonio Grau, quien añade que Vueling ha registrado unas pérdidas de 6,3 millones de euros en el primer trimestre, lo que supone una reducción del 72,2% respecto a 2008.

Pese a que la crisis económica se está cebando con el sector aéreo, la

nueva Vueling, resultante de la fusión con Clickair, tiene previsto cerrar 2009 con beneficios operativos. Grau explica que el aumento de la tarifa media por pasajero y la apuesta de la aerolínea por los viajeros de negocios ha facilitado que Vueling haya mejorado su posición. En esta línea, el director financiero de la *low cost* destaca el buen comportamiento de Vueling en la ruta Madrid-Bar-

celona, donde aumenta su capacidad "a pesar del AVE".

Entre enero y marzo, Vueling ha alcanzado unos ingresos totales de 74,1 millones de euros, un 15,5% menos que el pasado ejercicio. El resultado neto de explotación (Ebit) arroja una cifra negativa de 9,6 millones de euros, frente a las pérdidas de 32 millones de euros de los tres primeros meses de 2008.



Vueling registra unas pérdidas de 6,3 millones de euros en el primer trimestre.

## Grupo Europa denuncia Correos ante Competencia

"Este paso es muy importante para defender los derechos de las agencias minoristas", señala el presidente del Grupo Europa, José Francisco Santana, después de haber interpuesto una denuncia a Correos ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) por la comercialización de Turcorreos. Esta demanda a la entidad postal se debe principalmente, según el abogado de esta Asociación, Enric Maynés, a que "entendemos que una sociedad estatal no puede comercializar un producto privado", ya que de esta manera "está falseando la competencia".

"La denuncia no se ha extendido a Viajes Crisol", porque "creemos que éstos no son los que deciden sobre Correos a la hora de comercializar las tarjetas de Turcorreos", aclara el letrado. Por otro lado, otra de las razones de la demanda es que "queremos ver todos los documentos que no están a la vista sobre este asunto", como por ejemplo "los contratos entre Correos y Viajes Crisol". En cuanto al asunto de la funcionalidad de las tarjetas Turcorreos "tenemos pruebas de que no sólo se podían recargar, sino también comprar".

### Contra el intrusismo

Grupo Europa ha decidido denunciar a Turcorreos porque "hay que cortar este tipo de intrusismo en el Sector para que no se repita" declara Santana, que subraya que "Correos no puede prestarse para vender viajes". "A día de hoy, Turcorreos no es ninguna agencia" afirma. "Estamos contentos por el paso que hemos dado", ya que "nuestra denuncia sentará un precedente". Además, las minoristas "somos la cenicienta del Turismo en este país, cuando realmente ofrecemos servicios que no ofertan las grandes verticales, como por ejemplo ser asesores de viajes", explica el presidente del Grupo.

Hay que recordar que el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, ya apuntaba en su día que "es necesario eliminar el intrusismo en el Sector". En este sentido, el lanzamiento de Turcorreos no era bien recibido por las agencias, y por eso, desde la Federación ya interpusieron dos tipos de demandas. No obstante, "nuestros abogados continúan con el asunto", señalaba Gallego.



**Nueva flota con pantalla táctil que permite jugar entre asientos\***. 9 videojuegos, 16 películas, 57 CD's, las mejores series de TV... Disfrútala en los vuelos a Buenos Aires, México DF, Cancún, La Habana, Bogotá, Lima, Quito, Guayaquil y Santa Cruz de la Sierra. Infórmate en tu agencia de viajes, en el 902 380 350 o en [aircomet.com](http://aircomet.com).

\*actualmente disponible en el 70% de los vuelos, y a finales de 2009 en todos los vuelos de la compañía

**aircomet**

# El Sector reafirma en el Salón TurNexoCatalunya su disposición para hacer frente a la caída de la demanda

El jueves 23 de abril se celebraba el Salón TurNexoCatalunya donde cerca de dos centenares de agentes de viaje del Sector se acercaban al Hotel Eurostars Grand Marina para escri-

tar las propuestas para la temporada estival de una selección de proveedores. Por otra parte, el Debate NEXOTUR deja claro la disposición que existe para afrontar la crisis.

Así, todos los participantes en el debate afirman que "no tiene sentido la lamentación, lo que procede ahora es la reflexión y la acción" ante la coyuntura actual.

El Hotel Eurostars Grand Marina ha sido el escenario de la celebración del Salón TurNexo Barcelona, el tercero de los cinco programados para esta temporada de verano al que han asistido casi dos centenares profesionales del Sector. El pasado jueves 23 de abril, a las 11 de la mañana, inauguraba este evento, con el tradicional corte de cinta, el subdirector general de Ordenación Turística de Cataluña, Joan Abad, flanqueado por el presidente de la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE), Rafael Serra, el presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AETP), José Antonio Carrasco, que a su vez, han sido los asistentes al Debate NEXOTUR, celebrado una hora antes en las instalaciones del hotel.

En este encuentro previo al Salón TurNexo Catalunya, moderado por director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, en el que se analizaba la 'Evolución de las ventas en 2009' y las 'Medidas anticrisis' a tomar por las Administraciones y el Empresariado, los participantes han ahondado más en la capacidad de reacción y de resolver los problemas que lleva consigo la crisis coyuntural, más que en la preocupación en sí que existe en el Sector Turístico debido a la crisis.

## Buena predisposición

Respecto a los resultados obtenidos en Semana Santa, estos días "han estado entre el 10% y el 12% por debajo en ventas", afirma Serra. Así, el presidente de UCAVE recalca que "ha sido floja", pero es lógico, ya que "lo estamos comparando con los dos años anteriores que tuvieron una resolución histórica". En este sentido, Abad sentencia que "no estamos solos en este viacrucis", no obstante, "este Sector es uno de los que mejor está aguantando la crisis". A colación, el subdirector general de Ordenación Turística de Cataluña apunta que

esta Comunidad está haciendo un seguimiento trimestral, y "aunque los números no sean tan dramáticos, el crecimiento es negativo". Sin embargo, matiza que "nuestras magnitudes en el año 2009 son superiores a las del ejercicio 2007". A esto añade además que "por contraste, los hoteles del centro de Barcelona se han llenado".

## Prepararse para el futuro

Según indica Serra, "cuando la tendencia cambie llegará la recuperación", así, asegura que "las ventas de IATA en marzo son un primer signo de ésta". "Me niego a hablar de crisis", apunta Carrasco, un parecer compartido por Abad, que señala que "no tiene sentido la lamentación, lo que procede ahora es la reflexión y la acción". A esto, el presidente de la AETP explica que "el diagnóstico ya está hecho y ahora lo que toca es prepararnos ante el futuro". A esto, añade que "hay que aprender de las grandes corporaciones, apretando a los proveedores, recortando gastos generales y revisando tasas e impuestos". Por tanto, José Antonio Carrasco cree que "es el momento de reflexionar sobre la formación continua" y que "existen cursos de Turismo en universidades en las que no se habla de Turismo".

Rafael Serra apunta que "la crisis no es del Turismo, es de toda la economía y afecta al consumo", unos términos que comparte Abad cuando afirma que "en el Turismo estamos ante un reajuste del consumo". En cuanto al asunto económico, "la falta de crédito lleva a las empresas a afrontar una situación muy grave", además, "hoy no se puede ofrecer al consumidor un abanico de producto tan amplio como en otras temporadas", matiza el director general de Ordenación Turística de Cataluña.

El presidente de UCAVE, por su parte, ha expuesto las medidas propuestas por su Asociación para



Mesa del Debate NEXOTUR en el Salón TurNexo Catalunya del Hotel Eurostars Grand Marina el pasado 23 de abril.

superar la crisis, como que "la Administración turística debería cerrar algunas web por intrusismo, evitando que los clientes sean estafados". También hay que destacar de sus peticiones que "las sanciones deben de aplicarse con proporcionalidad al tamaño de las agencias".

## Temporada de verano

El Salón TurNexoCatalunya ha sido el tercero de estos encuentros que congregan a los agentes de viaje emisores. El siguiente se ha celebrado en 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.



El subdirector general de Ordenación Turística de Cataluña, Joan Abad.



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: .....

☎: (.....) ..... Fax: .....

Fecha Nacimiento: .....-19... Firma: .....

---

**Domiciliación Bancaria / Range 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: .....

# Cerca de 200 agentes de viajes participan en el Salón TurNexo Catalunya para conocer las propuestas de los proveedores

TurNexo Catalunya congrega a más de una decena de proveedores que han mostrado sus novedades para el verano

El subdirector general de Ordenación Turística de Cataluña, Joan Abad, ha sido el encargado de inaugurar el Salón TurNexo Catalunya celebrado el pasado 23 de abril. Junto a él han

estado representantes del Sector como el presidente de la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE), Rafael Serra, el presidente de la Asociación Española de Pro-

fesionales del Turismo (AETP), José Antonio Carrasco, y el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada. Casi 200 agentes de viajes han participado activamente en el Salón.



El tradicional corte de cinta para la inauguración del Salón TurNexo Catalunya del pasado 23 de abril, corría a cargo en esta ocasión del subdirector general de Ordenación Turística de Cataluña, Joan Abad, flanqueado por el presidente de la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE), Rafael Serra, el presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AETP), José Antonio Carrasco, y el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada.



Cerca de dos centenares de agentes de viajes profesionales se han acercado al Hotel Eurostars Grand Marina de la ciudad condal, para conocer de primera mano las novedades de los proveedores del Sector en el Salón TurNexo Catalunya. Antes del acceso al Salón, los agentes de viajes previamente inscritos en el 'portal' de los Salones, [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com), recogieron personalmente las acreditaciones de manos de los organizadores del evento, el Grupo NEXO.



Agentes de viajes y proveedores asistentes al Salón TurNexo Catalunya han podido hablar de las principales novedades de productos y ofertas que éstos presentan para la temporada de verano.



Más de una decena de proveedores han participado en el Salón como destinos, mayoristas, compañías aéreas 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.



Los cerca de 200 profesionales que se han acercado al Hotel Eurostars Grand Marina al Salón TurNexo Catalunya, también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.



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



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

# Por proximidad y precio, la Comunidad Valenciana confía en verse poco afectada por la crisis, según sus responsables

El Salón TurNexo Valencia ha reunido a un centenar y medio de agentes de viajes y más de una docena de expositores

El martes 28 de abril, tenía lugar en el Hotel Ayre Astoria Palace el TurNexo Valencia, en el que se dieron cita un centenar y medio de agentes. Precediendo al Salón, el

Debate NEXOTUR analizó las principales claves de la repercusión de la crisis en el Sector Turístico y el caso concreto de la Comunidad Valenciana como destino.

El Hotel Ayre Astoria Palace ha sido el escenario elegido para la celebración del TurNexo Valencia. A las 18:30 de la tarde lo inauguraban, con el tradicional corte de cinta, la secretaria autonómica de Turismo de la Consejería de Turismo de la Comunidad Valenciana, María Victoria Palau Tárrega, y el diputado provincial de Turismo de Valencia, Isidro Prieto, flanqueados por el presidente de AEDAVE Comunidad Valenciana, Vicente Blasco, el delegado regional para Levante del Grupo Cybas, Francisco del Casar, el director general de Viajes Alsina, Jorge Sanchís, el director general de Bancaja Viajes, José Mas, y el director de ventas de Carlson Wagonlit Travel (CWT) en Valencia, Enrique Cabero, que a su vez, han participado en el Debate TurNexo, que tenía lugar una hora antes.

Durante este encuentro previo al Salón, en el que se ha analizado la 'Evolución de las ventas en 2009' y las 'Medidas anticrisis', Blasco ha querido ma-

tizar en primer lugar que "el Sector no está en crisis, sino que hay una crisis que afecta al Sector". Como primera consecuencia, los participantes han puesto sobre la mesa los datos más recientes obtenidos de la pasada Semana Santa y las previsiones para el verano. Todos ellos negativos. Así, el Grupo Cybas "ha registrado una caída del 20% en Semana Santa y prevé el mismo porcentaje para el verano" indica su delegado en Valencia. La misma cifra ofrece el director general de Bancaja Viajes, que señala que este descenso "equivale a una caída real del 30%". Como conclusión, a la disminución en las ventas que se puede dar este año, Mas añade que "las agencias de viajes de las cajas de ahorros de España han estimado en un 10% el decrecimiento en 2009".

Todos coinciden, como indica Sanchís, en que "están retrasándose más de lo habitual las reservas de cara al verano". Por lo que "la última hora se

está agudizando este año", señala Del Casar. Mas ofrece un análisis más detallado y destaca que "el importe medio de los viajes se ha reducido el 20%" y el viaje del segmento medio/bajo "ha pasado de 1.000 euros de media a 800 euros". El director de ventas de CWT subraya como desde sus agencias han observado que "el cliente está se está guardando para realizar sus reservas para cuando el verano esté más próximo" y ha mostrado la realidad del segmento empresas, en el que han observado que "se ha producido una contracción del 30%", lo que ha llevado a que esta agencia de *business* "haya abierto la actividad al vacacional".

En el análisis concreto del destino Comunidad Valenciana, Blasco ha confirmado también un descenso en Semana Santa "que se sitúa en torno al 15%". Aunque como destaca la secretaria autonómica de Turismo de la Comunidad Valenciana, respecto al receptivo "los resultados han sido



Participantes en el Debate NEXOTUR anterior al Salón TurNexo Valencia.

positivos" en estas fechas, y el año pasado "la Valenciana fue una de las pocas Comunidades que obtuvo cifras de llegadas positivas". Palau considera que en esta coyuntura económica actual "hay que transmitir al consumidor un mensaje positivo para que se anime a salir de vacaciones", ya que, como destaca, "viajar es ya una prioridad para los valencianos". Por esta razón, Palau ha anunciado que la Comunidad Valenciana "ha doblado la inversión en publicidad en el mercado español", e incluso "vamos a hacer una campaña específica de cara al verano entre los valencianos".

Para el diputado provincial de Turismo de Valencia una de las claves en la venta de Valencia como destino es la agencia de viajes, por lo que "vamos a potenciar este canal para crear y vender los productos turísticos más adecuados". Como destaca, "el producto turístico de Valencia, por su proximidad y ajustado coste, supone una oportunidad para el mercado emisor español". Aunque como explica, desde el punto de vista de la demanda, "el análisis nos confirma que los valencianos van a salir menos de vacaciones y sus viajes serán de menor duración y coste".

## El Salón TurNexo Valencia reúne a centenar y medio de agentes para conocer las propuestas de cara al verano

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



Inauguraban el Salón la secretaria autonómica de Turismo de la Consejería de Turismo de la Comunidad Valenciana, María Victoria Palau Tárrega, y el diputado provincial de Turismo de Valencia, Isidro Prieto, flanqueados por el presidente de AEDAVE Valenciana, Vicente Blasco, el delegado regional para Levante del Grupo Cybas, Francisco del Casar, el director general de Viajes Alsina, Jorge Sanchís, el director general de Bancaja Viajes, José Mas, y el director de ventas de CWT en Valencia, Enrique Cabero.



Un centenar y medio de agentes de viajes profesionales se acercaron hasta el Hotel Ayre Astoria Palace para acudir al Salón TurNexo Valencia, celebrado el pasado 28 de abril, para conocer en primera instancia las novedades de los proveedores del Sector. 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.



Procedentes tanto de la capital valenciana como de las principales ciudades de su órbita de influencia, los agentes de viajes pudieron conversar con los proveedores.



Como ha venido ocurriendo en las ediciones anteriores, el Salón TurNexo Valencia finalizó con la celebración de un cóctel-cena para proveedores y agentes, situada a pie de los stands.

## El Sector tilda de 'excesivamente alarmistas' las previsiones de algunos círculos empresariales

Al igual que hiciese el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), las Organizaciones empresariales del Sector de agencias de viajes se desmarcan de la visión "excesivamente alarmista" de algunos círculos empresariales del Sector Turístico. En este sentido, FEAAV, CEAVyT y AMAVE confían en la capacidad del Turismo para salir adelante". En esta línea, las tres Organizaciones mencionadas resaltan la "estabilidad de un mercado que, ni está despidiendo empleados masivamente, ni tiene pensado hacerlo en los próximos meses".

FEAAV, la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT) y la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE) resaltan la "estabilidad de un mercado que, ni está despidiendo empleados masivamente, ni tiene pensado hacerlo en los próximos meses". Así lo confirman las tres Organizaciones empresariales, desmarcándose de las previsiones "excesivamente alarmistas" de algunos círculos empresariales del Sector Turístico, tal y como las califica el gerente de AMAVE, Ruperto Donat. En concreto, hasta la fecha, el número de personal ocupado en agencias experimenta un descenso del 2%, "dato inferior al registrado en otros sectores".

### No ajustarse a la realidad

En este sentido, Ruperto Donat advierte que "aún es pronto para saber la situación real del Turismo". "Habrá que esperar a ver como transcurren los meses de junio, julio y agosto para valorar la salud del Sector", añade el gerente de

## La Universidad de Nebrija analiza la repercusión de la crisis en el Sector

La crisis coyuntural que afecta al Sector es una de las preocupaciones más importantes que tienen los profesionales del Turismo. Por este motivo, la Universidad de Nebrija, concretamente, el director del departamento de Turismo de la misma, Manuel Figuerola, ha organizado entre el 6 y 7 de mayo el seminario titulado 'La empresa turística ante la crisis'.

Desde la Universidad se pretende con este encuentro "integrar las voces, temores y actitudes de los sectores más afectados". El seminario, se ha estructurado en dos días, permitiendo que los representantes de las empresas de la intermediación y la distribución de viajes, del transporte aéreo, y de la hotelería "puedan manifestar cuáles son sus apreciaciones y críticas sobre la actitud general y pública" en relación a la crisis.

AMAVE. En esta línea se ha expresado el presidente de CEAVyT, José Manuel Maciñeiras, quien, además de manifestar que los datos publicados por algunos círculos empresariales "no se ajustan a la realidad de las agencias", considera que son las Organizaciones del Sector las que tienen "la responsabilidad y el derecho de evaluar la situación de las agencias de viajes".

Por esta razón, y por la "capacidad del Sector para salir adelante en épocas de crisis", FEAAV, CEAVyT y AMAVE "prefieren ver la situación desde un prisma positivo, confiando en que las medidas adoptadas por el Gobierno acaben dando resultado". Sin embargo, aunque las Asociaciones más representativas del Sector alaban la "voluntad" del Gobierno, consideran que todavía se puede

hacer más por uno de los principales motores de la economía española. En este sentido, Ruperto Donat pide una "mayor flexibilidad de los bancos". Por su parte, José Manuel Maciñeiras tacha de "insuficiente el Plan Renove". "Esta iniciativa apoya a las empresas que quieren realizar inversiones, pero también necesitamos otra clase de medidas", añade el presidente de CEAVyT.



Tras el verano, se podrá hacer análisis.

# Presentamos la nueva Web de Riu exclusiva para Agentes de Viajes



RIUagents.com

-  Reservas online en cualquier Hotel Riu
-  Acceso a las noticias más actuales sobre nuestros hoteles y destinos
-  Disponibilidad Inmediata
-  Nuevas Aperturas: información completa
-  Actualización constante de ofertas
-  Solicitud de folletos on line
-  Descarga de logos y fotos de todos los hoteles
-  Consulta y descarga de fichas técnicas profesionales

Visite [www.riuagents.com](http://www.riuagents.com) y descubra los nuevos servicios exclusivos para agentes de viajes.



Déjese mirar

## La tranquilidad vuelve a reinar en Tailandia

La Oficina de Turismo de Tailandia en nuestro país ha instado al Ministerio de Exteriores de España a retirar su recomendación de posponer los viajes al país asiático. A través de un comunicado, esta oficina turística indica que "apoyamos las declaraciones de los turistas españoles en Tailandia" quienes aseguran que "desde hace varios días en la capital de Tailandia se respira tranquilidad".

## Madrid acogerá la V edición de Congreuem

La V edición de Congreuem, el congreso que organizan los alumnos del Máster en Gestión del Turismo de Congresos de la Universidad Europea de Madrid (UEM), que se celebra el 21 de mayo en el Hotel Meliá Castilla, espera "mantener e incluso rebasar la cifra de asistentes del año pasado", afirma uno de los responsables de Comunicación del encuentro, Alejandro Berlanga.

## La calidad, protagonista del Congreso de AEC

La Asociación Española para la Calidad (AEC), a través del Ministerio de Ciencia e Innovación, organiza la segunda edición del Congreso de Calidad y Medio Ambiente en el Sector Turístico. Celebrado en la ciudad de Valencia, este encuentro pretende mostrar cómo aplicar las nuevas tecnologías para mejorar los resultados y la competitividad de las empresas turísticas.

## China puede liderar el apoyo del Turismo

El subsecretario general de la OMT, Geoffrey Lipman, ha explicado que el Turismo "puede tener un papel en la recuperación económica liderada por el G20" en el marco del Foro de Boao para Asia. Además ha recalcado que "el Turismo es un sector de servicios" y eso significa que "es un sector de personas, por lo que hay que tener en cuenta toda la cadena de valor".

# UNAV aboga por la unidad de las agencias de viajes y sus proveedores para superar la crisis económica

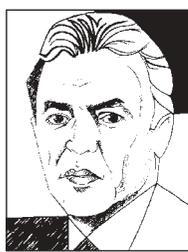
José Luis Prieto: 'No dejamos de trabajar con las Asociaciones, pero siempre nos encontramos con el muro de AEDAVE'

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) ha reunido a más de 150 participantes en la decimosegunda edición de su congreso anual, celebrado entre el 23 y 26 de abril en Marbella.

La crisis, y sobre todo "la unidad" ante ella, ha sido el eje central del encuentro donde agencias de viajes y proveedores han analizado la coyuntura actual. En este sentido, el

presidente de UNAV, José Luis Prieto, afirma que "aunque no hemos dejado de trabajar con las Asociaciones, siempre nos encontramos con un muro: AEDAVE no está por la labor".

El congreso de la solidaridad. La veterana UNAV, Asociación decana del Sector de las agencias, ha celebrado su decimosegundo congreso bajo el signo de la crisis, pero con la solidaridad como enseñanza. "Frente a la crisis, unidad", proponía el presidente de UNAV, José Luis Prieto, tras revelar que, "aunque no



José Luis Prieto

hemos dejado de trabajar con las Asociaciones, siempre nos encontramos con un muro: AEDAVE no está por la labor". Y si la unión "pasa por grandes dosis de solidaridad", también con los proveedores "hay que ir de la mano", ya que "no son tiempos de estar a palos con nadie". Centenar y medio de profesionales han par-

ticipado en el dinámico formato del Congreso de UNAV, consistente en dos paneles con intervenciones breves, seguidos con sendos debates abiertos de ponentes y participantes.

Iberia, Renfe, Amadeus y Travelport formaron la primera mesa, que evidenció el mal momento por el que atraviesan las relaciones del Sector con Iberia, en abierto contraste con la sintonía existente con Renfe. Pese a su apuesta por la venta directa, Iberia reconoce que la cuota de las agencias ha crecido un punto, situándose en el 78,16%, y que "ningún desarrollo propio puede sustituir la eficacia del canal de distribución". Renfe revalidó la luna de miel que vive con las agen-

cias, confirmándolas como "el canal de ventas preferente", revelando que las ventas de los agentes han crecido un 28% a principios de este año.

### Necesidad de un Observatorio

Amadeus y Travelport hicieron interesantes aportaciones. El primero, demostrando que los agentes debieran conocer mejor los hábitos del cliente y recabar datos (como el correo electrónico) para vender más y mejor. Y el segundo, subrayando que compañías *low cost* como EasyJet o Vueling, "cuya estrategia pasa por la venta directa, ya estén en los GDS".

Singular interés despertó la intervención del director general de Viajes el Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, quien demostró que llueve

para todos: "la caída del primer trimestre fue superior al 20% y ya se acerca al 30%, siendo muy negativas las previsiones para el verano". También se preguntó el líder del Sector "si todos bajamos los precios... ¿con quién se quedará el cliente?", para contestarse "con el agente que le escuche, le ayude y le aporte más valor". Y propuso la creación de un Observatorio del Sector.

Travelplán, Orizonia, Catai Tours, Costa Cruceros y Soltour, a través de sus primeros espadas, reiteraron su apuesta por las agencias en el segundo panel de proveedores. Luis Mata (Travelplán) anunció un nuevo turoperador en la Red, "sólo para agentes", que ofrecerá 'paquetes' dinámicos con buscador a las agencias *online*. Nicolás Pérez (Iberojet y ma-

yoristas de Orizonia) anunció "una caída del 25% en el próximo futuro". Matilde Torres (Catai) advirtió que "no se nos puede olvidar que el cliente es el rey y que nunca se le engaña". Javier del Castillo (Soltour) entonó un particular mea culpa para explicar el desplome de ventas "por no haber adaptado nuestra estructura". Y Bernardo Echevarría (Costa Cruceros) reclamó "sentido común en la gestión, instinto de supervivencia y ambición de cara al futuro". Tres líderes de los Grupos comerciales, Juan José Oliván (Airmet), Agustín Lamana (Star) y José Luis Ramil (Unida), reiteraron la necesidad de adecuar la oferta a la demanda y claridad y rigor en la publicidad, anunciando la creación de una Lista Blanca de Proveedores que apoyan a los agentes.

## María Salom: 'El Gobierno debería reducir al 50% las tasas aeroportuarias'

La presidenta de la Comisión Nacional de Turismo del PP pide un plan de choque

"El Turismo no ha sido inmune". Tras años de imparable crecimiento, el Sector Turístico atraviesa una situación complicada. Ante este "panorama in-

cierto", el Partido Popular reclama al Gobierno la aplicación inmediata de un "plan urgente" que conceda un cierto alivio a las empresas turísticas.

"Los datos son los datos, estamos perdiendo turistas, bajan las pernoctaciones y baja la rentabilidad empresarial". Ante esta situación, la presidenta de la Comisión Nacional de Turismo del Partido Popular, María Salom, reclama al Ejecutivo central la aplicación de un "plan urgente". Entre las medidas propuestas, la presidenta ha hecho hincapié en la necesidad de "reducir al 50% las tasas aéreas, o incluso eliminarlas temporalmente". "Las elevadas tasas están restando competitividad al destino", añade Salom, quien pide al Gobierno que "garantice las comunicaciones, evitando la pérdida de frecuencias".

Más allá del sector aéreo, uno de los segmentos más castigados por la crisis, la presidenta de la Comisión Nacional de Turismo del PP también pide una rebaja del Impuesto de Sociedades del 20%, que se aceleren



Presidenta de la Comisión Nacional de Turismo del PP, María Salom.

las actuaciones del 'Plan Horizonte 2020, así como la ampliación del presupuesto del Plan Renove. Otro punto fundamental es la promoción turística internacional. Al respecto, Salom aconseja centrarse en los mercados clásicos, "aunque no hay que

olvidar a los países secundarios". La presidenta espera que con la aplicación de un plan de choque adecuado se pueda evitar la destrucción de puestos de trabajo en el Sector Turístico, que podría rondar las "100.000 personas hasta junio".

## Melián demanda los 600 millones del Plan Renove

El Sector Turístico comienza a impacientarse. A finales del mes de febrero, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, anunció, basándose en la excepcional acogida que había tenido, la ampliación del Plan Renove para el Turismo hasta los 1.000 millones de euros, desde los 400 millones de euros presupuestados en un primer momento.

Sin embargo, dos meses después, las empresas turísticas continúan esperando la puesta en circulación de estos 600 millones de euros adicionales. Así lo pone de manifiesto el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, quien destaca que "la ampliación de la financiación a las empresas turísticas es imperiosa para superar la actual situación de crisis económica". Melián considera que el Gobierno "ha de pasar de la toma oficial de medidas a que éstas se conviertan en realidad práctica".

En este sentido, la Mesa del Turismo ha detectado que hay



Presidente de la Mesa del Turismo.

operaciones que las entidades bancarias han tramitado ante el Instituto de Crédito Oficial (ICO) que están paradas porque este organismo se encuentra desbordado. Por ello, Melián solicita que "se desbloqueen los expedientes retenidos y se resuelvan los créditos con prontitud. E su opinión, "es urgente liberar este dinero para que esté disponible en los bancos y los empresarios del Sector puedan beneficiarse de estas ayudas".

## En marzo, los turistas gastan un 17% menos

Aunque en los últimos meses se ha experimentado un mantenimiento, del gasto medio por persona y el gasto diario, la contracción en la llegada de turistas está provocando que el país perciba menores ingresos por Turismo. Así, en marzo el gasto de los turistas foráneos se ha reducido un 17,1%, hasta los 3.121 millones de euros. Teniendo en cuenta el efecto calendario de la Semana Santa, la caída es del 10,7%.

## Piratas somalíes atacan el crucero MSC Melody

El pasado 25 el crucero MSC Melody era atacado por piratas cerca de las costas de Somalia. Como explica el propietario de la crucerista, Gianluigi Aponte, "todas las medidas de seguridad adoptadas funcionaron perfectamente". "El capitán Ciro Pinto siguió todos los protocolos de seguridad establecidos, llevando al barco fuera de peligro con una serie de maniobras evasivas y cambiando el rumbo", detalla.

## La demanda de pasajeros aéreos cae más del 11%

En marzo, la demanda internacional de pasajeros ha caído un 11,1%, según los IATA. Hay que tener en cuenta, en contra de lo que ocurría en 2008, que este año la Semana Santa no ha coincidido con este mes, lo que llevaría a un descenso subyacente del 9%. Además, las aerolíneas han recortado la capacidad internacional de pasajeros un 4,4%, lo que ha supuesto un factor de ocupación del 72,1%.

## Las agencias podrán ofrecer envío de remesas

Amadeus España permitirá a las agencias de viajes interesadas la posibilidad de ofrecer el servicio de envío de remesas de dinero al exterior, tras el acuerdo de colaboración firmado con Monty Global Payments. La compañía quiere facilitar al sector otra manera de obtener ingresos adicionales a través de servicios complementarios y fáciles de gestionar con la infraestructura tecnológica de la que ya disponen.

# Cuatro candidaturas se postulan a la nueva junta directiva del Grupo Europa a dos semanas de las elecciones a la presidencia

Los estatutos dicen que como mínimo, tres miembros de la directiva del Grupo Europa tiene que ser de Barcelona

Grupo Europa Viajes ya cuenta con cuatro candidaturas que se presentan para formar su nueva junta directiva en las elecciones extraordinarias convocadas por su presidente, José Francisco

Santana, el próximo 8 de mayo. Raúl Canseco, Óscar Herencia, José Luis Muñoz y Jordi Vallada son los candidatos a elegir para que tomen las riendas del Grupo, después de que Santana deje la

presidencia tras siete años en el cargo para "dar paso a la gente joven en beneficio de sus asociados". NEXOTUR ofrecerá en este y el siguiente número entrevistas con cada uno de ellos.

## La formación y el apoyo a sus asociados centra la candidatura de Óscar Herencia

Óscar Herencia, de la agencia Baraka Club Viajes, es uno de los cuatro candidatos. En su programa destacan 12 puntos que se refieren, sobre todo a recortes económicos, incentivar la profesionalización con ayuda de una mayor formación y fomentar la colaboración entre todos sus asociados. Su equipo de trabajo lo forman: Miguel Merino, de Viajes Badajoz; Francisco Moreno, de Transeuromed 2000; Olvido Guerrero, de Viajes Divertour; Montse Bea, de Viajes Sakkara; Francisco Tejero, de Agabus; Anna Ferrán, de La Bisbal Tours; y José Luis Moreno, de Por el Espectáculo.

"En los 11 años que llevo en el Grupo Europa hemos vivido épocas turbulentas y buenas" y "los últimos siete han resultado ser muy tranquilos, con un nivel alto de compromiso" explica Herencia. Así, "el motivo de mi candidatura es intentar cambiar y elaborar proyectos nuevos que no se han considerado" o que "no se han tenido en cuenta por falta de tiempo", apunta. Además, en su programa recalca que "es básico que el asociado pueda luchar contra grandes grupos verticales y darles herramientas para ello".

Su candidatura se centra en la profesionalización y especialización del equipo directivo, asunto



Óscar Herencia

en el que Herencia propone que los miembros de la directiva tengan una remuneración acorde con el tiempo empleado en el Grupo Europa Viajes. Destaca también la reducción de costes de la junta directiva, la cual "será menor en número y se intentará no movilizar constantemente". Por último, subraya que también "queremos realizar campañas que refuercen la imagen del Grupo Europa".

Herencia se propone fomentar la colaboración de los asociados, realizar reuniones zonales y no sólo una asamblea anual, ya que "se suelen quedar temas sin tratar por falta de tiempo". A esto hay que añadir que quiere incentivar el producto propio, que exista una formación continua, que haya un refuerzo de la imagen corporativa, una adaptación de estatutos y una integración de la informática "con la que se ahorra en costes y permite una modernización para nuestros asociados". Y por último, Herencia espera poder ahondar en otras dos cuestiones desde la presidencia. La primera, "ayudar a nuestras empresas asociadas a independizar sus actividades y abrirse al mercado sin perder en exclusividad de Grupo Europa". Y la segunda, el concepto de "reinventarse y la necesidad de evolucionar".

## José Luis Muñoz promete 'adecuar los estatutos a los tiempos que corren'

Tras 13 años como miembro del Grupo Europa Viajes, ocupando durante los siete últimos el cargo de vicepresidente, José Luis Muñoz se postula como uno de los cuatro candidatos que optan a la presidencia del grupo comercial. Este empresario, propietario de Viajes Informativo, promete una línea continuista, respetando el trabajo "que tan buenos resultados ha dado", aunque también adecuará los estatutos, "un tanto obsoletos, a los tiempos que corren y a los cambios experimentados por el Grupo Europa Viajes en los siete últimos años".

Para cumplir con este objetivo, Muñoz se rodeará de un equipo directivo formado por "personas con una gran experiencia en la gestión del grupo, así como jóvenes empresarios que no habían participado en la dirección del Grupo, que aportarán frescura y nuevas ideas para acometer los cambios que consideramos necesarios". Aunque la lista aún no está cerrada, Muñoz cita dos nombres, el de Pedro Pablo Rubio, de Viajes Campimar, "pieza indispensable por la labor realizada en áreas como la organización de eventos y desarrollos informáticos", y Elena Corzo, de Viajes Corzo, "compañera que llevó a cabo labores importantes en la anterior junta directiva".



José Luis Muñoz

Entre los objetivos de la candidatura encabezada por Muñoz, además del ya citado rejuvenecimiento de la junta, cabe destacar la apuesta por la implantación de las nuevas tecnologías. "Seguiremos mejorando nuestra intranet, con nuevos módulos y mejoras en las webs para la venta online, que dotará a nuestras agencias de más armas", explica el candidato. Además de esta renovación tecnológica,

Muñoz promete "continuar con la defensa frente al intrusismo y las prácticas desleales de las grandes agencias, estudiando detalladamente cada caso a través de nuestro servicio jurídico".

En lo que respecta al área social, "se seguirán manteniendo nuestras asambleas gratuitas, así como las jornadas técnicas, que combinan los productos propios con la formación". Otros aspectos relevantes del programa de José Luis Muñoz son "la reinversión de los ingresos que se generen en publicidad, buscando fortalecer la imagen corporativa del grupo, así como la creación de una serie de comisiones de trabajo formadas por personal que esté fuera de la junta directiva, lo que hará nuestro trabajo más transparente y al mismo tiempo, intensificará la colaboración entre el asociado y la junta".

"Hoy aquí, mañana allí – pero siempre en casa."

4x día **Mallorca – Alicante, Valencia**

3x día **Mallorca – Sevilla**

**desde 29 €**

Precio total por viaje, en determinados vuelos, con servicio y millas incluidas

Información y reservas en: 902 320 737 (0,09 €/min.)



**airberlin**  
Your Airline.

30 años  
airberlin

airberlin group

## Alojamiento en parte de Cataluña y en Teruel



La página web de Hoteles Gargallo presenta, con un diseño, funcionalidad y diseño adecuados, la información sobre sus establecimientos y un útil sistema de gestión de reservas, pero válido únicamente para usuarios no registrados.

## Senderismo, montaña, esquí y viajes culturales



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

## Autocaravanas en la mayor parte de España



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

## Organizar eventos en el Palacio de Costa del Sol



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



Hotels4U incorpora en sus sistema los hoteles de Wyndham y Choice.

## Hotels4U añade dos grupos a sus sistema de reservas

Hotels4U, el banco de camas independiente más grande del Reino Unido que fue adquirido en 2008 por el Grupo Thomas Cook, ha incorporado a su sistema de reservas XML nuevos hoteles de dos de los grupos hoteleros más grandes del mundo: Wyndham y Choice. La incorporación de los hoteles de la cadena Wyndham permitirá a Hotels4U ampliar su portafolio en los Estados Unidos y en el Reino Unido, ofreciendo estableci-

mientos de dos a cinco estrellas de las marcas Knights Inn, Super 8, Days Inn, Ramada, Howard Johnson y Hawthorn Suites.

Por su parte, la entrada de los hoteles Choice en Hotels4U, que se materializará a finales de abril, incrementará la oferta que este portal independiente tiene en diferentes países del extremo Oriente, Sudamérica y Estonia, además de en el norte de Europa y en muchas regiones de Francia.

## Rumbo Negocios crea un decálogo para que la empresa ahorre costes en viajes

Reservar con anticipación y no ceñirse a una aerolínea son algunas medidas

Rumbo Negocios ha elaborado un documento con 10 consejos para que las empresas generen ahorros en los viajes corporativos sin perder la actividad comer-

cial. Utilizar Internet para buscar las tarifas más económicas, no ceñirse a una aerolínea y beneficiarse de precios especiales son algunas medidas.

Los consejos que realiza Rumbo comienzan con la recomendación de que se utilicen las tarifas más baratas de Internet porque un mismo asiento en un vuelo puede costar entre, por ejemplo, 50 y 1.000 euros. Además, se puede adquirir un seguro de cancelación "todo riesgo", por si finalmente no se puede viajar. Esto es más barato, aunque se tenga que perder un billete, que buscar tickets flexibles y que son muy costosos.

Asimismo es importante reservar con anticipación, ya que si se espera al último momento es probable que no existan tarifas económicas y se tenga que pagar un 100% más de lo que hubiera costado si se hubiera reservado 10 días antes, por lo que concienciar a los viajeros sobre realizar una buena planificación, es positivo.

Otra regla trata sobre aprovecharse del "factor culpabilidad" que ofrece Internet, ya que en una agencia online el viajero tiene al alcance todas las tarifas económicas de todas las aerolíneas en una misma pantalla. Así, "a un empleado le genera rechazo elegir una tarifa alta por ir en una determinada compañía aérea cuando también aparece una alternativa más barata", afirma Rumbo. Otra posibilidad es adaptar en lo posible la reunión a los mejores precios. De esta manera, si se encuentra una buena tarifa, se puede realizar la reserva y, una vez cerrado el encuentro de negocios, se compra el billete. No ceñirse a una aerolínea — otra propuesta — porque hay 'sitios' en Internet que ofrecen las combinaciones de todas las compañías aéreas para que el precio final sea el más bajo

posible. Por ejemplo, hacer la ida con una y para la vuelta elegir otra puede significar un ahorro considerable.

### Búsqueda de ofertas hoteleras

La búsqueda de las mejores ofertas hoteleras en la Red aunque se disponga de tarifas negociadas previamente es positivo, ya que puede resultar conveniente beneficiarse de promociones. Como conclusión, Rumbo añade que en la actualidad existe un reconocimiento de que Internet genera los mejores ahorros, ya que es la manera más común de buscar viajes y vuelos particulares. Sin embargo, las empresas se aprovechan en menor medida de estas ventajas.

## Ivantur 'fomentará la innovación para mejorar la competitividad del Sector'

Con sede en Benidorm, el Instituto comenzará a funcionar en septiembre

El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Ivantur), que comenzará a funcionar en el mes de septiembre, "fomentará la cultura de la innovación

como herramienta para mejorar la competitividad de las empresas turísticas", afirma la consejera de Turismo de la Comunidad Valenciana, Angélica Such.

La consejera de Turismo de la Comunidad Valenciana, Angélica Such, anuncia que el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Ivantur) comenzará a funcionar en el mes de septiembre. Con sede en la ciudad de Benidorm (Alicante), este instituto "fomentará la cultura de la innovación como herramienta para mejorar la competitividad de las empresas turísticas".

Such explica que Ivantur prestará servicios de apoyo a la innovación mediante actividades de transferencia de tecnología, realizará proyectos de innovación, desarrollo e investigación (I+D+i) que permitan maximizar los conocimientos generados en el propio instituto y desarrollar servicios de asesoramiento tecnológico a las empresas relacionadas con el Sector Turístico. En este sentido, la titular de Turismo, que aspira a que el ins-

tituto se convierta en "un referente internacional en investigación sobre el fenómeno turístico", afirma que la principal función de Ivantur será "fomentar la relación entre los profesionales turísticos, promoviendo la transferencia de conocimientos y tecnologías en los campos de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación turística".

### Ivars, director de Ivantur

El cargo de director lo ocupará Josep Ivars, catedrático destacado por "su trayectoria profesional e investigadora en el Sector Turístico", según informan desde la Generalitat. Ivars, doctor en Geografía y con un Máster en Turismo, es miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas y consultor de la Organización Mundial de Turismo (OMT).



Consejera de Turismo, Angélica Such.

## UCAVE, contra las 'webs' que operan ilegalmente

La Unión Catalana de Agencias de Viajes (UCAVE) pide al secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, la clausura de aquellas páginas web que operan de forma ilegal como agencias de viajes.



Rafael Serra

La Asociación presidida por Rafael Serra considera que dichos 'portales' suponen un riesgo para los consumidores y dañan la imagen del Sector.

UCAVE considera que la Secretaría de Estado de Turismo podría valorar el cierre de los sites en los que se hayan detectado acciones intrusistas, acreditadas por la apertura de un expediente. "El objetivo es reducir el perjuicio económico que sufren las agencias de viajes legales, tanto físicas como virtuales, así como proteger a los consumidores ante posibles fraudes que se llevan a cabo a través de Internet", infor-

man desde la Asociación. La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, dependiente de la Administración central, tiene potestad para tomar la decisión de clausurar una web, según informan desde UCAVE.

### Rebaja de los derechos

La Asociación presidida por Rafael Serra advierte a los consumidores que "la contratación de viajes a través de Internet no debe suponer una rebaja en sus derechos". Ante la proximidad de la temporada de verano, UCAVE recomienda a los clientes que, "para evitar fraudes o engaños, acudan a las agencias de viajes legales, ya sean físicas o electrónicas". Asimismo, insta a las autoridades competentes a incrementar los controles en estas fechas "para evitar casos desagradables".

# 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)

# Most r a d o r

## SAS regala Copenhagen Card a sus pasajeros

Durante este mes de mayo, Scandinavian Airlines (SAS) ofrece de forma gratuita, la tarjeta turística Copenhagen Card a todos los pasajeros que viajen desde España a la capital danesa, con un billete de ida y vuelta de vuelos operados por la propia aerolínea. La tarjeta permite la entrada gratuita a 62 museos, atracciones y otros lugares de gran interés turístico de la capital, como los museos de Hans Christian Andersen, de Karen Blixen o el Parque Tivoli (por primera vez incluido en la tarjeta).

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

## Royal Vacaciones lanza descuentos para vacaciones en Lejano Oriente y media distancia

La oferta está disponible para reservas realizadas hasta el 31 de mayo

Royal vacaciones aplicará una serie de descuentos en sus catálogos de viajes a Lejano Oriente y los que corresponden a los destinos de media distancia para

todas las reservas realizadas antes del 31 de mayo. Los descuentos van desde el 5% de lejano oriente a el 15% que aplica en el folleto de viajes a Jordania.

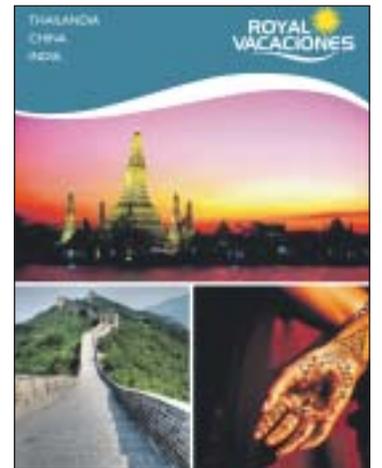
En el catálogo 'Lejano Oriente 2009-2010' Royal Vacaciones aplicará un descuento del 5% para todas las reservas realizadas hasta el 31 de mayo en todos los precios indicados para los viajes a Tailandia, China e India y Nepal. Como excepción, no se aplicará este descuento a las salidas entre el 1 y 15 de agosto.

Por otra parte, el turoperador también ha lanzado una serie de descuentos por reserva anticipada en varios

de sus catálogos de media distancia. Así en el caso de Jordania, programas de siete noches, hasta un 15% de descuento en reservas hasta el 31 de mayo, de un 8% en las efectuadas a partir del 1 de junio con 45 días de antelación a la salida, excepto del 1 al 25 de agosto que será del 5%. En los viajes a Egipto, Royal Vacaciones aplicará en programas de siete, diez y 11 noches los mismos descuentos del 15% y 8% en las mismas condiciones

siendo la excepción del 31 de julio al 23 de agosto, donde se aplicará el 5%. Para los programas de siete y diez noches a Marruecos, aplicará un descuento del 8% para reservas efectuadas con 45 días de antelación, excepto en las salidas del 1 al 23 de agosto. En los programas de Turquía de siete noches es igual que en Marruecos, pero exceptuando las fechas del 1 al 24 de agosto.

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



Catálogo 'Lejano Oriente '2009-10'.

## Costa Cruceros ofrece a los amantes del mundo un crucero con Pelé, el 'O'Rei'

La naviera propone siete días en el Mediterráneo conociendo Brasil

Costa Cruceros ha diseñado un crucero en el Costa Serena en compañía de Edson Arantes do Nascimento, el futbolista Pelé, conocido mundialmente como O'Rei. El próximo 28 de junio el Costa Serena realizará un crucero de siete días en el que los pasajeros podrán disfrutar de la compañía de este conocido futbolista y conocer mejor el destino Brasil.

Como explica Pelé, "mi carrera como futbolista me ha obligado a estar lejos de Brasil, y cuando me invadía la *saudade* lo que más recordaba era el ambiente y los sabores únicos de mi país, por eso el viaje

a bordo del Costa Serena, en el que toda la programación gira alrededor de Brasil, contagiará de alegría a todo el Mediterráneo Oriental".

De esta forma, a partir de 1.094 euros por persona y con salidas desde Venecia, durante los siete días de navegación se recorrerá Bari, las islas griegas de Katakolon (Olimpia, Mykonos, Rodas) y Dubrovnik. En la estancia a bordo, habrá todo tipo de actividades relacionadas con Brasil: carnavales, fiestas gastronómicas, clases de samba y cenas de gala y cocktails con Pelé, entre otras.

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



Habitación en el barco Costa Serena.



Avión de American Airlines.

## American Airlines estrena ruta que conecta Madrid y Dallas

Desde el 2 de mayo, Madrid y Dallas están conectadas en vuelo diario y sin escalas por American Airlines. En esta ruta, la aerolínea ofrece los servicios en case business y turista en aviones Boeing 767-300. La salida

desde Madrid es a las 13:10 y desde Dallas a las 17:35 horas. En 2008, de los 4,5 millones de turistas extranjeros que visitaron la Comunidad de Madrid, 417.287 procedían de EE.UU.

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



Cruise Roma y Cruise Barcelona realizarán la ruta.

## Cerdeña, nuevo destino de Grimaldi desde Barcelona

La nueva línea de Grimaldi Lines entre Barcelona y Porto Torres (Cerdeña), que comenzó a operar en marzo, hasta julio contará con seis salidas semanales, para convertirse en diaria en ambas direcciones en agosto.

En septiembre volverá a las seis conexiones y entre octubre y marzo a tres por semana. La salida desde Barcelona está prevista a las 22.15 horas y el trayecto dura 12 horas.

✉ [www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com)

## Travelodge baja los precios de sus hoteles para disfrutar del otoño

Los precios oscilan entre los 10 y 20 euros en los hoteles de España e Irlanda

Travelodge ha lanzado una nueva campaña para las estancias entre el 27 de agosto y el 30 de noviembre de 2009 en sus establecimientos hoteleros de España, Irlanda y Reino Unido. Así, para los dos primeros países, la cadena hotelera de 'bajo coste' ofrece precios de 10 y 20 euros la noche. En el caso de Reino Unido cuenta con un precio de nueve libras para más 50.000 habitaciones que posee en el país y de 19 libras para más de 100.000. En España, Travelodge cuenta en la actualidad con tres establecimientos, dos en Madrid y uno en Barcelona.

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



Central de Travelodge.

**SÓLO EN EUSKADI**  
AL AMOR A LA TIERRA Y A LAS TRADICIONES  
LO LLAMARÁS \*MAITE.

\* AMAR, EN EUSKERA

WWW.EUSKADITURISMO.NET

**EUSKADI** ...made in

## ■ Club NEXOTUR

# Hertz ofrece descuentos de entre hasta el 22% en España

Hertz ofrece descuentos del 15% en fin de semana, 10% resto de semana (España), 5% internacional y 22% furgonetas. Esta promoción especial, de la que se podrán beneficiar los miembros del

**Club NEXOTUR**  
Otras ofertas especiales para agentes Miembros pag. 22

Club NEXOTUR, se llevará a cabo únicamente en el mercado español. A la hora de realizar la reserva mencione el código awd: w632701. Para ampliar la información sobre esta promoción llamar al 902 402 405.

## ■ Fam Trip



Un total de 17 agentes de viajes han conocido Madrid y Alcalá de Henares.

## Agentes catalanes visitan Madrid

Rafaelhoteles ha celebrado un fam trip con agentes de viajes de Barcelona especializados en Turismo de congresos, reuniones e incentivos. Un total de 16 participantes han conocido de primera mano la oferta cultural y turística de Madrid y Alcalá de Henares. Además, los profesionales turísticos han visitado los seis establecimientos que Rafaelhoteles tiene en ambas ciudades.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 4 de mayo

Merry Casado, Viajes Autorama, Madrid; Xavier Monteys, Viajes El Corte Inglés, Barcelona; Hamido Hantout, Ardasa Tours, Marbella; Frances Casulleras Fontoba, Top Ski, Barcelona; Miguel Angel Sánchez, Viajes Mercurio, Lorca; Marité Greciano Fernández, Viajes Invertour, Galapagar; Belén Lorente, Viajes Pinatar, San Pedro Pinatar; Aloha Otero, Viajes Halcón, Hernán; Jacobo Gómez, Viajes Iberia, Gijón; Olalla Llopis, Viajes Zúñiga.

### 8 5 de mayo

Adolfo Langa, Estivaltour, Huesca; Carmen Márquez Rodríguez, Viajes Circe, Pontevedra.

### 8 6 de mayo

Silvia Sevilla, Tui, Central de Viajes, Madrid; Aitor Aramburu, Viajes Ecuador, Bilbao; Alex Minguell, Viajes Itrida, Sant Joan Despí; Ursula Fuxberger, Viajes Airejet, Benidorm; Jose Gabriel López, Viajes Portu-Bidaiak, Portugalete; Ana M<sup>a</sup> Giró Duaso, Viajes Leyca, Sabadell; Beatriz Vidal, Viatges Cal, Barcelona; Crisanto Lledó Quevedo, Viajes Schamann, Las Palmas de G. Canaria; Eva García, Viajes Halcón, Manzanares; Frank Domenech, Viajes Columbia Tours, Madrid; Laura

Vera Fernandez, Viajes Tejedor; Barcelona; Pilar Martinez, Viajes Cibeles, Alcalá de Henares.

### 8 7 de mayo

Jesús Blanco Zampetti, Viajes Dinamar, Ceuta; Mariano Pinel, Viajes Gerion, Madrid; Rosa María Pérez, Marsans; José M<sup>a</sup> Velasco, Viajes Talgo, Madrid; Juan Carlos Montenegro Rivera, Viajes Iberia, Barcelona; José Manuel Castillo, Touráfrica Sevilla I, Sevilla; Lola García, Viajes Jet Master, Madrid; Amelia Domínguez, Viajes El Corte Inglés, Málaga; M<sup>a</sup> Victoria Monguilod, Viajes Area, Zaragoza; Olga Navarro García, Club de Viajes Alcampo, Madrid; Raquel Aranda, Viajes Arenas Plus, Ciudad Real.

### 8 8 de mayo

Jaume Ortiz Navarro, Viaje Natuca, Barcelona; Ana Isabel Llorente, Viajes Ecuador, Madrid; Víctor González, Viajes Planet, Mataró; Nairobys González, Viajes Nairotours, Alcalá de Guadaíra; Jaume Ortiz Navarro, Viatges Natuca, Barcelona; Ramón V. Cuartango Arévalo, Tiempo Libre, Bilbao; Lorenzo Roselló, Ninfa Tours, Palma de Mallorca; Antonio Blanco, Carlson Wagonlit Travel, Córdoba; Montse Martí, Viajes Ecuador, Barcelona;

Lourdes Pérez Suecun, Viajes Pollensa Balear, Puerto de Pollensa.

### 8 9 de mayo

Usue Agorreta, Viajes Sarasate, Pamplona; Antonio Navarrete, Viajes Anfer Tour, Madrid; Agustín Llovera, Viajes Barceló, Paterna; M<sup>a</sup> Carmen García González, ViajesTravel Pacífico, Benacazón; M<sup>a</sup> Dolores Carrasco, Viajes Turisan, Sataella; José Domínguez Alamo, Anibal Travel, Linares; M<sup>a</sup> Ángeles García Hernandez, Halcon Viajes, Soria; César López, Viajes Jijona, Jijona; María José Simón, Viajes El Corte Inglés, Almería; Rafael González, Viajes World Transfer, Ayamonte; Susana Fernández, Destino, Madrid; Carmen San Martín, Viajes Arosa, El Grove.

### 8 10 de mayo

Javier Vaquero, Viajes Britour, Santander; Pedro Fernández, Portugal Tours, Madrid; Bartolomé Frau, Viajes Mallorca Tours, Palma de Mallorca; Josefina Hernández, Viajes Molitur, Molina de Segura; Juan Carlos Rivera, Viajes Turoeste, Badajoz; José Rovira Barat, Pacific Travel, Valencia; Juani García Camacho, Viajes Halcón, Andujar; Olatz Arocena, Viajes Halcón, Urretxu; Clara García Jaría, Viajes Alcampo, Utebo; María Guileras, Aladin Travel, Madrid.

## Tu Mensajería



**Local Nacional Internacional Courier**

Servicio de mensajeros  
Puente diurno y nocturno

Furgonetas y coches  
Servicios especiales

**☎ 91 570 11 13**

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



Avión de Air Berlin en aeropuerto de Ciudad Real.

## Air Berlin amplía su oferta de verano en su 30 aniversario

De cara a esta temporada de verano, Air Berlin celebra su 30 aniversario ampliando su oferta de vuelos entre España y Alemania, a pesar de la crisis económica. La aerolínea ofrecerá más de 380 vuelos directos desde su *hub* de Palma de Mallorca, lo que supone un aumento de casi el 3% con respecto a los 370 con los que contaba en el mismo periodo de 2008.

Así, por primera vez la aerolínea operará a diario un enlace entre Palma de Mallorca y Karlsruhe/Baden-Baden. También ofertará de nuevo un vuelo directo diario entre la isla y Amsterdam. La programación de verano de air Berlin se complementa con el lanzamiento de los vuelos semanales directos desde Almería hacia

Frankfurt, y desde Jerez de la Frontera e Ibiza a Dusseldorf. Además, Jerez de la Frontera contará con un enlace una vez por semana a Zurich. En el aeropuerto de Madrid-Barajas, contará en la temporada de verano con tres nuevos enlaces a Graz, Sevilla y Valencia, que se sumarán a las rutas a Basilea, Copenhague, Linz, Palma de Mallorca, Salzburgo, Viena y Zurich.

Como explica el director para España y Portugal de Air Berlin, Alvaro Middelmann, este año será "especialmente interesante" para la aerolínea, cuyo primer vuelo fue entre Berlín y Palma de Mallorca. Middelmann también ha destacado la importancia que dan al papel de las agencias de viajes.

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

## Hertz desarrolla una estrategia de precios para el alquiler de vehículos

La compañía de alquiler de vehículos Hertz ha puesto en marcha varias iniciativas contra la crisis económica en las que hay una estrategia de ajuste de precios para el cliente. Entre las medidas existe un programa de alquiler de vehículos de corta duración para evitar pagar un servicio de 24 horas.

Otra opción es 'Alquílalo aquí, devuélvelo allí', que permite recoger y devolver el vehículo en distintas oficinas sin coste adicional para aportar una "mayor movilidad

y flexibilidad" al demandante comenando desde la compañía.

También, la empresa de alquiler de coches ha lanzado un programa pensado para los más previsores, ya que ofrecen descuentos a quienes realicen la reserva de alquiler con antelación. Asimismo, Hertz tiene un premio reservado para los que deseen hacer una escapada de fin de semana ya que alquilando durante dos días un vehículo, regala el tercero.

✉ [www.hertz.es](http://www.hertz.es)



Hertz dispone de varios modelos.

## El Grupo Avanza conecta Salamanca con el aeropuerto de Madrid-Barajas

Desde el 21 de abril, Avanza cuenta con el nuevo servicio que une Salamanca con el aeropuerto de Madrid Barajas. La compañía ha ampliado la línea que cubre el servicio Salamanca-Madrid con una parada situada en la T1—Terminal I—del aeropuerto internacional de la capital. Incluye seis trayectos diarios, tres en cada sentido. Se realiza con autocares del Servicio Express y con todas las ventajas que la nueva *web* Avanzabus.com ofrece a los usuarios,

como la adquisición de billetes de forma rápida, cómoda e intuitiva, guía de navegación o la recepción del localizador del billete en el móvil.

La ampliación de la actual ruta Salamanca-Madrid hasta Barajas ha sido una respuesta del grupo a la demanda realizada por los usuarios, que evitan de esta forma la necesidad de realizar un transbordo desde la Estación de Méndez Álvaro, en Madrid, hasta las diversas terminales.

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



Autobús de Grupo Avanza.

# 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, podrás 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

**Garantía Total Plus**

**Retraso de reservas**

**Pregunta.-** Tras la valoración de los resultados de Semana Santa hemos observado una disminución en la cantidad de reservas y un considerable retraso en el momento de contratar el viaje. ¿De qué herramientas puedo disponer para motivar la venta anticipada en esta difícil situación?

**Respuesta.-** A la hora de poder fijar las herramientas más adecuadas para motivar la venta, el primer paso es examinar de forma realista la situación en la que se encuentra cada agencia. Un buen indicador que nos ayudará a fijar los objetivos de la temporada estival, serán los resultados obtenidos en Semana Santa, sobre todo cuando se comparen porcentualmente con los de años anteriores. Aunque en líneas generales, podemos empezar a trazar comportamientos de mercado extensibles a todo el sector, que te ayudarán a seleccionar las mejores técnicas de comercialización para tus productos.

Probablemente el período de duración del viaje tenderá a acortarse en la mayoría de los casos. También parece que aquellos que comercialicen viajes de larga distancia se verán mucho más afectados que los que se dediquen a productos nacionales o europeos. Por último algo que ya es un hecho, un alto porcentaje de los clientes valoran como aspecto fundamental el precio, como claro ejemplo de ello, el significativo retraso en las reservas que todas las agencias han sufrido, presumiblemente para tratar de conseguir un mejor precio de última hora, y para evitar los imprevistos que les lleven a la pérdida del importe de la reserva.

Así que, como conclusión nos encontramos con un panorama en el que es fundamental luchar contra la incertidumbre del viajero, haciéndoles sentir que su dinero está protegido, y que compran a un precio justo, informándoles de todos los detalles del viaje, y huyendo de la letra pequeña; pues la buena información se traduce en tranquilidad para el cliente. Además es más necesario que nunca encontrar nuestro valor distintivo y seña de identidad, así como aportar un servicio postventa de alta calidad.

## Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

Desde Intermundial nos ponemos a tu disposición, a través de NEXOTUR, para resolver todas aquellas dudas referentes a estrategia empresarial, legislación y consultoría de riesgos y seguros para el Sector Turístico. Te damos la oportunidad de contar con el asesoramiento integral que necesitas como empresario del sector. Puedes hacernos llegar tus preguntas o consultas a través del correo [consultas@intermundial.es](mailto:consultas@intermundial.es)

\*Sección ofrecida con la colaboración de  [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

En Intermundial venimos analizando el sector desde hace más de 15 años, y en concreto hemos dedicado muchos de nuestros esfuerzos a estudiar la situación actual para ofrecer productos que sirvan como herramientas válidas y eficaces para todas las agencias del Sector. Un ejemplo de ello es Garantía Total Plus, desarrollado exclusivamente para estancias, en el que interactúan seguro y servicio. Cabe destacar:

—Garantías de Anulación: es una herramienta, que potenciada adecuadamente, te ayuda a incrementar y a adelantar el número de reservas. Además no sólo garantiza el reembolso de los gastos del viaje si el cliente anula, sino que también le devuelve el importe de los días no disfrutados por hospitalización durante el viaje, e incluso corre con los gastos adicionales, si se ve obligado a cambiar las fechas de su viaje y esto supone algún recargo.

—Garantías de Asistencia: ayudan a la agencia a disminuir sus reclamaciones. Que un cliente pueda solucionar sus problemas en destino con efectividad y rapidez, supone un cambio en su actitud hacia el problema, y minimiza la repercusión que éste puede tener para la Agencia.

—Servicio de Atención telefónica 24 horas: ésta es una de las mayores innovaciones introducidas en el producto. El cliente de la agencia dispone de asesoramiento 24 horas en cuanto a: localización de restaurantes, rutas, zonas de interés... Prestado por profesionales expertos en el Sector Turístico. En definitiva, un valor añadido sin precedentes para el viaje que la agencia ofrece.

**Cobro de impagos**

**Procedimiento monitorio europeo**

**Pregunta.-** Soy director financiero de un turoperador que ha sido fuertemente golpeado por los impagos, últimamente me he estado documentando sobre el nuevo procedimiento monitorio europeo, y me surgen algunas preguntas como: ¿en qué consiste el proceso monitorio en España? ¿Qué diferencia existen entre ambos procedimientos? Y ¿cómo coexistirán el procedimiento europeo y el español?

**Respuesta.-** El procedimiento monitorio español es un mecanismo sencillo que puede emplear cualquier persona para conseguir el pago de las facturas que ya hayan vencido, siendo requisito indispensable que la deuda no sea superior a 30.000 euros.

Es un proceso caracterizado por su bajo coste, que en ocasiones carece de costas, aunque no siempre, puesto que dependiendo de la cuantía económica que se reclame, puede ser necesaria la intervención de abogado y procurador, generando una serie de gastos.

Se inicia a través de la presentación, por parte del reclamante, de un escrito, ante el Juzgado del domicilio o residencia del deudor o, si no fueran conocidos, el del lugar en que el deudor pudiera ser hallado, describiendo sus datos personales, y aportando toda la documentación que demuestre la existencia de la deuda.

El Juez solicitará a la persona a la que se le exige el pago de las facturas

que proceda a su pago en un plazo de 20 días, así el reclamado podrá realizar el pago, no reconocerlo y oponerse o dejar transcurrir el plazo. Si realiza el pago, finalizará el proceso. Si no lo reconoce y se opone seguirá el procedimiento por los trámites de la vía civil. Y en el caso de que deje transcurrir el plazo, se procederá al embargo de sus bienes por el importe de la deuda.

La validez de este procedimiento vincula sólo al territorio español. Para que pudiera ser válido en un país extranjero debe iniciarse el procedimiento de exequátur, mediante el cual, los tribunales de un Estado reconocen las sentencias dictadas por los tribunales de otro Estado.

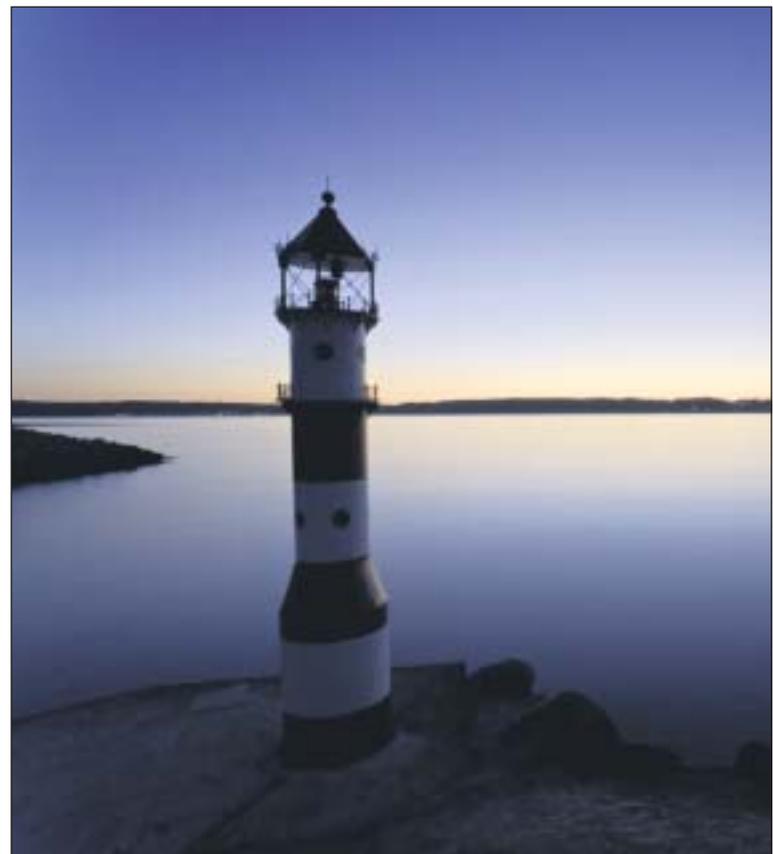
En cuanto al procedimiento monitorio europeo debemos indicar que guarda gran semejanza con el español, salvo por las siguientes diferencias:

- No existe límite de cuantía.
- El plazo para que el deudor pague es de 30 días.
- No es precisa la aportación de documentos, siempre que se efectúe una relación detallada de las pruebas de las que se dispone.
- Se tramita a través de formularios preestablecidos.

Ha sido diseñado sólo para reclamaciones en las que al menos una de las partes esté domiciliada o tenga su residencia habitual en un Estado miembro, distinto de aquél al que pertenece el órgano judicial donde se ha presentado la petición y, por lo tanto, este procedimiento coexistirá con los procesos monitorios internos, pudiendo el reclamante elegir uno de los dos.

El rasgo innovador es precisamente la supresión del exequátur. La solicitud europea de pago será reconocida y ejecutada en los demás Estados miembros sin que se requiera, como era necesario con anterioridad, declaración de ejecutividad.

Por lo demás, el procedimiento es similar al español: se presenta la solicitud inicial y, si el Juzgado entiende que concurren los requisitos formales exigidos, emitirá solicitud europea de pago a la persona a la que se le exige, que será enviado a las autoridades del Estado donde resida. Requerido éste, puede pagar la deuda u oponerse al pago en el plazo de treinta días. Si, transcurrido este plazo, no hace ninguna de las dos cosas, el requerimiento se hace forzoso.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

Hoy en día... tu broker, tu asesor, tu amigo

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



**Intermundial**  
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga  
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

# Hot el er ia

## La rentabilidad sigue cayendo en España, con Valencia a la cabeza, que pierde el 42,3% en febrero

El T&L Hotel Index analiza seis ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza y Málaga

La rentabilidad en los establecimientos hoteleros continúa con la tendencia bajista que se inició en septiembre del año 2008. Presenta

caídas significativas sobre todo en Valencia, donde la rentabilidad fue en febrero un 42,3% inferior a la del mismo mes del ejercicio ante-

rior, situándose en 33,7 euros. Es decir, 24,7 euros menos. Málaga ha sido la ciudad a la que menos le ha afectado esta tendencia bajista global.

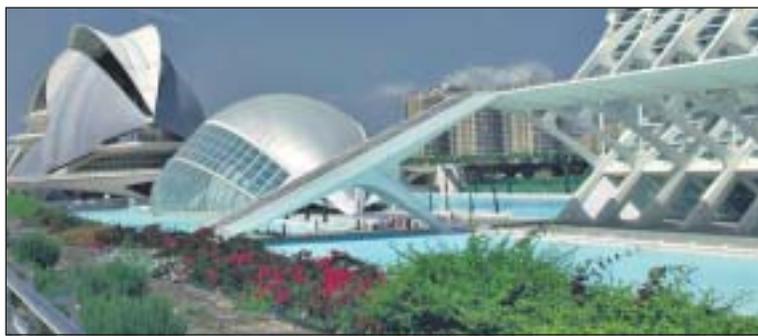
El informe T&L Hotel Index indica que Valencia fue la ciudad "más afectada" por la tendencia bajista en el segundo mes del año, ya que de las seis analizadas, aparece como la que registró una menor rentabilidad o RevPar, la ocupación más baja con un 47,1% (20,7 puntos porcentuales menos) y un menor precio medio con 71,6 euros, lo que supone un 16,8% menos que en febrero de 2008.

En lo que respecta a Madrid, la rentabilidad también cayó en la capital en febrero y fueron los hoteles de primera clase los más afectados con un descenso de casi el 32% y 62,3 euros de media, mientras que los estándar perdieron un 30,5% y alcanzaron un RevPar de 46,6 euros. En los hoteles de lujo, el RevPar de estos establecimientos en febrero se ha situado en 90,3 euros, un 18,6% menos frente a las cifras del año pasado (20,7 euros menos). De la misma forma, el precio medio ha bajado un 0,7% y 8,7% en los hoteles estándar y de primera clase, respecti-

vamente, y han sido los de lujo los más perjudicados con una caída del 32,1% y un valor final de 171,4 euros.

La rentabilidad media en los hoteles de Barcelona ha descendido "de modo sustancial" en la categoría estándar, según T&L Hotel Index, que señala que estos establecimientos terminaron el mes con una caída del 32,4%, situándose en 51,9 euros de media. A continuación, los de primera clase han perdido un 24,6% de su rentabilidad respecto a febrero de 2008 y los de lujo han continuado con la misma tendencia, un 17,4% menos, llegando a 145 euros.

Los establecimientos de esta última categoría, sin embargo, han registrado un incremento en el precio medio de sus habitaciones (un 19,1%) a diferencia de los de primera clase y estándar que han perdido un 2,9% y 9,3% respectivamente, un comportamiento que se explica, según el informe, por "la fidelidad de sus huéspedes de mayor valor añadido".



Valencia ha sido la ciudad más afectada por la tendencia bajista de la rentabilidad.

En febrero Málaga ha sido la ciudad a la que menos ha afectado la tendencia bajista global, aunque es la que tiene un precio más bajo. Su RevPar ha descendido un 18,3% y se ha situado en 35,6 euros debido, principalmente, a la caída del 12,7% en su precio medio hasta los 61,8 euros y al descenso de cuatro puntos porcentuales que se produjo en la ocupación, situándose en un 57,6%.

Tras Málaga, Sevilla ha sido una de las ciudades con mejores resulta-

dos. Así, la rentabilidad en la capital andaluza ha caído un 19% debido al descenso de la ocupación en 9,2 puntos porcentuales y del precio medio en un 3,6%. Es decir, tres euros menos que en febrero de 2008, llegando a 76,9 euros. Por último, Zaragoza ha sido tras Valencia la ciudad más afectada por la caída de la rentabilidad, y ha perdido un 36,3%, (27,9 euros menos). El precio medio ha descendido un 22,8% (74 euros).

## Hesperia deja Gran Hotel La Toja por 'diferencias' con Banco Pastor

Hesperia, que anunciaba el 22 de abril que el 30 abandonaba la gestión del Gran Hotel La Toja, ha explicado que la decisión se debe a "diferencias con el propietario, Banco Pastor, sobre las deficiencias detectadas en las infraestructuras del edificio", mientras que el titular señala que Hesperia quería "una fuerte rebaja" de la renta anual.

Después de que la cadena hotelera cerrara en Semana Santa 72 de las 197 habitaciones a causa del derribo de parte del techo, la empresa gestora y la propietaria discreparon sobre a quién le correspondía costear las obras de rehabilitación y Banco Pastor ha asegurado que Hesperia "no acreditó de manera auditada las necesidades del edificio", mientras que la gestora mantiene que la entidad financiera sí había recibido un informe técnico. En este sentido, Banco Pastor añade que la cadena pretendía conseguir "una fuerte rebaja" de la renta anual y ha encargado a una consultora "un análisis técnico pormenorizado" de las necesidades del inmueble.

Así, Banco Pastor asumirá la gestión del Gran Hotel La Toja tras la salida de Hesperia el día 30 e indica que, una vez se conozcan los resultados del informe técnico, "está abier-

to a que otro grupo hotelero de referencia" se haga cargo de la gestión del establecimiento, al mismo tiempo que ha aclarado que estos cambios "no afectarán ni a los empleados ni a su normal funcionamiento".

Por su parte, el comité de empresa del Gran Hotel La Toja manifiesta que, en este momento, lo más importante es mantener los puestos de trabajo fijos "independientemente de quien gestione el establecimiento" y ha mantenido sendas reuniones con Hesperia y Banco Pastor. El presidente del comité, José Manuel Núñez, afirma que la situación es "de tranquilidad" y califica como "lamentable" que se haya llegado a esta situación que "no es irreversible".

Así, Núñez explica que la cadena le ha transmitido su intención de retomar la gestión del hotel si el propietario se hace cargo de las reformas, aunque Hesperia se ha reafirmado en su decisión de abandonar el negocio el último día de este mes. El alcalde de O Grove, José Cacabelos, se ha ofrecido como mediador entre las partes para solucionar el conflicto y ha asegurado que la prioridad es "garantizar los empleos fijos", al mismo tiempo que ha advertido sobre el daño que puede causar al municipio esta situación.

## Producto

Sidorme Hotels abrirá en Granada su sexto establecimiento en España

Sidorme Hotels inaugurará en unos meses su sexto establecimiento, un hotel en Granada con 98 habitaciones a 36 euros gracias a "un modelo y estructura de funcionamiento enfocada a la optimización de costes". El hotel de Granada, tal y como ha puntualizado la cadena de 'bajo coste', estará en la entrada norte de la ciudad, en el centro comercial y de ocio Kinopolis, y contará con conexión WiFi de alta velocidad gratuita, aparcamiento sin cargo y un espacio de juegos.

Louvre Hoteles inaugura en Málaga a mediados de mayo un Hotel Campanile

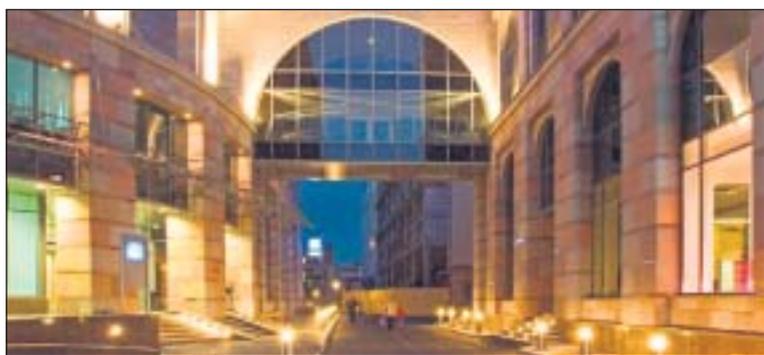
Louvre Hoteles abrirá a mediados de mayo en Málaga un nuevo hotel de tres estrellas que operará bajo la marca Campanile. El establecimiento, el primero en Andalucía de la cadena y el octavo en el conjunto de España, aumentará la planta hotelera de la capital con 114 nuevas habitaciones. El director de Campanile Málaga, Julio Martínez, destaca que la apuesta por la ciudad se debe al "crecimiento y atractivo turístico y congresual de la ciudad".

El Hotel Jardín Milenio, del Grupo Huerto del Cura, obtiene la cuarta estrella

El Hotel Jardín Milenio de Elche perteneciente al Grupo Huerto del Cura ha mejorado su categoría con la obtención de una cuarta estrella. Esta distinción se suma a otros certificados de calidad del hotel como la 'Q' turística que concede el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). El Hotel Jardín Milenio dispone de 70 habitaciones (68 dobles, una doble con salón y una suite) y está en el palmeral ilicitano, Patrimonio de la Humanidad.

El grupo Pacha crea la marca El Hotel para iniciar su expansión hotelera

Pacha ha creado su propia marca hotelera, 'El Hotel', para iniciar su expansión tras la buena marcha del establecimiento que tiene desde 2003 en Ibiza. La empresa señala además que la cesión de la marca para futuros hoteles requerirá de "unas premisas técnicas y arquitectónicas, así como de los máximos servicios de ocio".



España es el país que más ha sufrido el descenso de las ventas

## Accor pierde un 9,6% de su cifra de negocio en el primer trimestre

Accor ha alcanzado una cifra de negocio de 1.616 millones de euros en el primer trimestre, un 9,6% menos que en el mismo periodo del ejercicio anterior, debido a la incidencia de lo que la cadena ha calificado como "una recesión económica sin precedentes".

El grupo hotelero francés explica que el retroceso de los ingresos se ha visto influido por la reestructuración de la cadena y por los efectos negativos derivados de la apreciación del euro frente a la libra, el dólar australiano y el real brasileño. Concretamente, la división hotelera ha registrado unos ingresos de 1.282 millones de euros, un 7,8% menos que en el mismo periodo del ejercicio 2008, "a pesar de la resistencia del

Sector de los hoteles económicos en Francia", como puntualiza Accor.

En lo que respecta a España, se trata del país que más ha sufrido el descenso de las ventas en los hoteles *low cost*, con un retroceso de los ingresos del 29,3%, seguida de Italia, que ha perdido el 17,5%, los Países Bajos con un 10,9% menos y Bélgica con unas pérdidas del 10,5%.

Así, y como consecuencia de este deterioro de los resultados en el primer trimestre y del "abultado descenso de los ingresos" en comparación con el cuarto trimestre de 2008, Accor ha decidido incrementar el actual programa de recorte de costes, que prevé ahorrar 75 millones en 2009 y 25 millones más en 2010.

# Los hoteleros de las Islas Baleares piden a De la Vega que elimine las tasas aeroportuarias

En la reunión han participado Aurelio Vázquez, Joan Mesquida, Miquel Nadal y Antoni Horrach

**El presidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras (ACH), Aurelio Vázquez, se ha reunido con la vicepresidenta del Gobierno, María Te-**

**resa Fernández de la Vega. Entre otras cuestiones, ha pedido a la vicepresidenta del Gobierno que se eliminen las tasas aeroportuarias que**

**AENA aplica a las compañías aéreas en lo que sería "una medida de choque importantísima" para el Turismo de las islas.**

Con esta medida "se aseguraría la rentabilidad" de un transporte que es "fundamental" para que los destinos reciban visitantes, según Vázquez, que puntualiza que a la vicepresidenta, "más que un compromiso", se le ha pedido que tome una decisión "a corto plazo". En este sentido, el presidente de la ACH explica que el 75% de los 58 millones de turistas que llegan a España lo hacen en avión y manifiesta que, si este transporte no es rentable, "vamos a tener un problema serio a medio plazo", por lo que hay que tomar medidas que nos identifiquen como "un país turístico en todo el sentido de la palabra".

Por su parte, De la Vega ha rehusado cerrar un acuerdo sobre la materia y señala que estudiará esta posibilidad, mientras que el secretario de Es-

tado de Turismo, Joan Mesquida, ha manifestado que "no se trata de un tema fácil" porque, a pesar del cobro de estas cantidades, la gestión aeroportuaria "es deficitaria".

El *conseller* de Turismo balear, sin embargo, lamentado que la vicepresidenta "sólo se comprometa a analizar y estudiar" todas las cuestiones que se han tratado en la reunión y apunta que De la Vega adelantó que la cogestión aeroportuaria se podría alcanzar "de forma escalonada".

En lo que se refiere al anuncio de la vicepresidenta de ampliar la cuantía del Plan Renove hasta los 1.000 millones de euros en un plazo de dos semanas —lo que supone incrementar la inversión en 600 millones de euros—, Vázquez ha dado la bienvenida a esta iniciativa aunque matiza

que son "préstamos que hay que devolver" en los que la aportación real del Estado es el pago del interés —un 3%— es decir, 30 de los 1.000 millones de euros totales. "Un auténtico Plan Renove" —explica el representante hotelero— "tiene que ser mucho más ambicioso y debe incluir la supresión de tasas aéreas, los costes de navegación y los de seguridad en puertos y aeropuertos, como han hecho países competidores para España como Grecia o Egipto que llegan a pagar a los turoperadores las plazas que quedan vacías en los aviones".

Vázquez se ha referido también a la necesidad de integrar "incentivos fiscales a la inversión" en el Plan Renove y asegura que la desaceleración del Turismo en España se está produciendo "desde hace años" cuando, entre

2000 y 2006, se redujo del 12% al 10% su aportación al PIB. "Se trata de un problema de competitividad en la oferta, no en la demanda, lo que está lastrando una actividad que el Gobierno debería considerar entre sus prioridades", ha añadido.

Por otro lado, el secretario general de acción sindical de UGT, Manuel Pelarda, ha llamado la atención sobre el retraso que se está produciendo en la apertura de establecimientos esta temporada turística por la crisis y señala que este año podría reducirse la cifra de contratación, que suele situarse entre 25.000 y 30.000 trabajadores. Así, los datos globales de desempleo, aunque se reducirán "notablemente" los próximos meses por la temporada de verano, y "quedarán muy alejados de los de años anteriores".

## Cuatro de cada diez profesionales de hoteles de lujo cree que la crisis durará más de dos años

Un 61,7% de los hoteles de este segmento incrementará 'mucho' sus promociones

**El 38,7% de los directores y profesionales de hoteles de lujo considera que la crisis que está atravesando el Sector durará más de dos años, mientras que el 44,9%**

**cree que se mantendrá más de un año, según una encuesta elaborada por Experiencias y Más que confirma el "estancamiento" de este segmento.**

Los tres primeros meses del año han sido "regulares o malos" para el 87,7% de los encuestados, una opinión que, unida a las previsiones pesimistas de los hoteleros, va a provocar "cambios muy profundos en el Sector a corto plazo", ya que un 55,1% piensa que se deberá modificar la comercialización de los alojamientos, un 73,4% cree que habrá que buscar nuevos canales directos de ventas y un 81,6% opina que Internet será importante.

En este sentido, Experiencias y Más señala que, como se apuntaba en el

barómetro de enero, el Sector apuesta por un producto "renovado y bien posicionado" para enfrentarse a la crisis con "innovación comercial, la búsqueda de nuevos mercados y el incremento de ofertas y 'paquetes' promocionales". Respecto a los clientes, los directivos hoteleros señalan que el compromiso por los servicios de calidad "no disminuirá por la crisis" y más del 75% cree que la relación calidad-precio-servicio seguirá siendo "buena" o "excelente". Por otro lado, un 34,69% de los hoteles incrementarán "mucho"

su oferta de precios y un 61,7% aumentará "mucho" su oferta de promociones y 'paquetes' este verano.

Así, las expectativas sobre la demanda en verano son "ciertamente bajas", ya que el 71,4% de los encuestados cree que será "regular o mala". La demanda más afectada sería la relacionada con convenciones y congresos de empresa y los eventos particulares y el mejor resultado se produce en la demanda de habitaciones, con un 67,3% de los hoteleros que cree que será "regular o mala".

## Las autoridades turísticas de Gran Canaria advierten sobre efectos de rebaja de precios

El Patronato prima la idea de poner en valor las infraestructuras de la isla

**El presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile, afirma 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.**

El Patronato de Turismo de Gran Canaria considera que bajar los precios de la oferta en la Comunidad autónoma "no es la solución" a la actual situación de crisis económica, aunque matiza que esta decisión es "responsabilidad de los empresarios y los turoperadores" y que las Administraciones no deben inmiscuirse.

El consejero de Turismo del Cabildo insular, Roberto Moreno, explica que bajar los precios implica que los

empresarios "no puedan retornar al nivel de precios anteriores a la crisis en mucho tiempo" por lo que se podría dar la paradoja de "salir de la actual coyuntura económica y tener precios de crisis".

Sin embargo, Moreno ha matizado que "puntualmente" los empresarios podrían ofrecer "todo tipo de promociones", puesto que en las negociaciones con los turoperadores "son libres de tomar decisiones".

El consejero manifiesta que la Administración "no debe meterse en este asunto" y que la idea del Patronato es "poner en valor las infraestructuras que de Gran Canaria y no otros destinos". "Estamos en un momento en el que, turísticamente, estamos en guerra con otros países como Túnez, Egipto o Bulgaria, que van a por todas este verano, y con previsiones como las de Grecia que apuntan a una caída del 20% en cuanto a ocupación".

## ■ Producto

**Atlantis Fuerteventura Resort by Oasis premiado por política medioambiental**

El hotel de cuatro estrellas Suite Hotel Atlantis Fuerteventura Resort by Oasis ha recibido el premio de oro Travelife Gold Award de la Federación de Turoperadores (FTO) por "su contribución a la protección del medio ambiente, el desarrollo social y la estabilidad económica" del destino. Además del reconocimiento a las políticas medioambientales, el galardón supone la inclusión del hotel en el catálogo Travelife Sustainable Business Directory, que estará disponible para todas las agencias de viajes del Reino Unido.

**AEHM e ITH ponen en marcha proyecto piloto de evaluación energética**

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), a través del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), ha puesto en marcha el proyecto piloto Benchhotelmark, una herramienta para "mejorar la eficiencia energética de los hoteles" y saber "cómo y dónde ahorrar energía y reducir costes, al mismo tiempo que se cumple la legislación aplicable". Actualmente más de 70 establecimientos hoteleros de la Comunidad de Madrid participan en esta iniciativa, que estará "a pleno rendimiento a partir de mayo".

**Patronato Gran Canaria apoyarenovación del Apolo como ejemplo a seguir**

El Patronato de Turismo de Gran Canaria ha respaldado un proyecto piloto de renovación del Hotel Apolo a iniciativa privada, que se suma a la apuesta del Sector público por la renovación tras la constitución del Consorcio de Rehabilitación Turística de San Bartolomé de Tirajana. Los nuevos propietarios del Hotel Apolo, con el apoyo del turoperador alemán Rewe Touristik, han presentado a las autoridades y a la patronal turística de Gran Canaria el nuevo hotel, que previsiblemente estará reformado "a finales del presente año".

**Fuerte Hoteles diseña huertos ecológicos en varios establecimientos**

Fuerte Hoteles, "apostando por una agricultura respetuosa con el medio ambiente", ha creado huertos ecológicos en varios de sus establecimientos como el Fuerte Conil o el Fuerte Costa Luz y organiza visitas en las que se da "una breve explicación de la siembra y cuidado del huerto para los más pequeños", según el director de Calidad y Desarrollo Sostenible, Joaquín Pineda.

## La planta hotelera de Huelva recibe 22 millones para renovarse

La Junta de Andalucía ha aprobado una inversión de 22 millones de euros para diferentes proyectos en Huelva, una provincia con "un futuro esplendoroso", según su consejero de Turismo, Luciano Alonso, en la que "hay que gestionar bien el presente". Del total, el organismo autonómico aportará siete millones de euros. Alonso manifiesta que Huelva "no es una esperanza" sino "una hermosa realidad" y puntualiza que, a la hora de hablar de Turismo en Andalucía, hay que hacerlo de la provincia onubense debido al incremento del 3,6% que se ha producido en lo que va de año en el número de pernoctaciones comparado con el de 2008. En este sentido, el consejero explica que el presupuesto se destinará a proyectos como un hostel pequeño en la localidad de El Rocío, otro hostel en Almonte, dos hostales rurales en El Alamo y Jabugo y un convento en Aracena.

Por otro lado, Alonso ha destacado que hoy en día "el turista demanda un entorno", por lo que la provincia de Huelva "tiene mucho que decir". Así, se ha referido a que la Junta "está cuidando el entorno porque el viajero es exigente" y añade que también se promociona el ocio con iniciativas como 'Desafío Doñana'. El consejero de Turismo ha anunciado también que "el principal turoperador canadiense ha elegido la costa de Huelva" como "destino fundamental de su expansión" y que 1.100 agentes de TUI se desplazarán a la provincia porque "apuestan por la zona".

# QCruceros presenta al cliente final los programas de muchas navieras

La página en Internet de QCruceros presenta una completa información de la ofertas de múltiples compañías marítimas de todo el mundo y un sistema de gestión de reservas, enfocado exclusivamente al cliente final, al que también permite registrarse.



www.qcruceros.com

QCruceros es una central de reservas enfocada al cliente final, que está especializada en todo tipo de cruceros, en cualquier parte del mundo y organizados por múltiples compañías navieras. Su web permite acceder a los mismos por destino, naviera, fecha y duración, ofreciendo todas las alternativas y una completa información del crucero seleccionado y de las características del barco, así como a un sencillo sistema de gestión de reservas, que no está disponible para las agencias de viajes. La página presenta únicamente versión en castellano.

### INFORMACIÓN

Permite seleccionar de forma paramétrica cruceros de múltiples navieras. Ofrece sus alternativas y una información muy completa del seleccionado, así como la del barco. También permite consultar las características, los barcos y los cruceros de una naviera.

### RESERVA

Ofrece un completo y sencillo sistema de gestión de reservas de cruceros, válido únicamente para el cliente final, con pago mediante tarjeta de crédito. El sistema presenta los tipos de camarote y la ocupación, indicando su precio y disponibilidad por fecha de salida.

### GENERAL

La página ofrece alguna información sobre la empresa y sus condiciones de contratación, así como un área dedicada al registro de clientes, que además pueden definir su propio perfil. También dedica una especial atención a los cruceros para 'Singles'.

#### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Ofrece una completa información de cruceros de múltiples compañías y un sistema muy útil de gestión de reservas.

#### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No presenta ninguna información ni posibilidad de gestión de sus reservas a los profesionales de Turismo.

### QCRUCEROS / Centrales

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

El 'sitio' web de QCruceros ofrece una amplia programación de cruceros en todo el mundo y un sistema muy adecuado de gestión de reservas, pero está dedicada exclusivamente al cliente final y, por lo tanto, es de poco interés para las agencias, que no pueden gestionar reservas.



**Entrada /** Ofrece un buscador de cruceros, el acceso a barcos, destinos, navieras, ofertas y cruceros especiales.



**Producto /** El buscador presenta una relación de cruceros y ofrece una amplia descripción del crucero y el barco seleccionados.



**Reserva /** Dispone de un sencillo sistema de reservas, válido exclusivamente para el cliente final con pago directo o con tarjeta.

# Vik Hotels ofrece en su 'sitio web' siete alojamientos de vacaciones

El 'sitio' web de Vik Hotels presenta, con un adecuado diseño y estructura, la información sobre sus hoteles de costa e interior y sobre los destinos en los que están situados, así como un sencillo sistema de reservas, que no es válido para los profesionales.



www.vikhotels.com

Vik Hotels, cadena que ofrece cinco hoteles de playa en Canarias y Punta Cana, un hotel-bodega en Chile y otro en una estancia colonial en Uruguay, presenta en una web de atractivo diseño y fácil uso una completa descripción de sus hoteles y de las facilidades turísticas que ofrecen los destinos en los que están situados. También ofrece un correcto sistema de reservas, válido únicamente para el cliente final, al que además incluye su programa Vik Class de fidelización. Por otra parte, la página presenta versiones en castellano, inglés, francés y alemán.

### INFORMACIÓN

Presenta, con un diseño muy cuidado, la relación de sus hoteles en la primera página y en la de hoteles. Ofrece, en varias pantallas, una completa información de las características del hotel, sus habitaciones, servicios, gastronomía, situación y entorno.

### RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de gestión de reservas, en tres pasos, enfocado únicamente al cliente final, con pago mediante tarjeta de crédito. Ofrece una adecuada información de las características y las tarifas de cada tipo de habitación y régimen disponibles.

### GENERAL

Incluye información, por el momento incompleta, sobre el Grupo Vik, así como una amplia descripción de sus destinos, en varias pantallas por cada uno. También informa sobre las ventajas que ofrece su programa de fidelización Vik Class y un formulario de alta.

#### ▲ Lo Mejor / Diseño

Tanto la información sobre los hoteles y sus destinos como su gestión de reservas resultan amigables y de utilidad.

#### ▼ Lo Peor / Cobertura

Su utilidad está limitada por su escasa cobertura y porque no contempla la gestión de reservas desde las agencias.

### VIK HOTELS / Hoteles

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

La página que ofrece la cadena Vik Hotels, a pesar de su cuidado diseño, es de muy poca utilidad para los agentes de viajes, ya que únicamente les permite consultar la información de sólo siete hoteles, pero sin ninguna posibilidad de gestionar en ella sus reservas.



**Entrada /** Ofrece el acceso a todas las áreas de información, la primera pantalla de reservas y las ofertas especiales.



**Producto /** Presenta una página con todos sus hoteles y una completa información del seleccionado en varias pantallas.



**Reserva /** Su sistema de reservas, exclusivamente para el cliente final, es fácil de utilizar, con pago mediante tarjeta.

# Alquiler y compra de vehículos en Canarias en el 'portal' de Orlando

Orlando Rent a Car presenta una página de fácil uso en la que ofrece información sobre sus vehículos en alquiler y venta en cinco de las Islas Canarias. También permite al cliente solicitar una reserva en un formulario, previo cálculo de su costo.



[www.orlandorc.net](http://www.orlandorc.net)

El 'sitio' de **Orlando Rent a Car** ofrece, con un diseño y una estructura de fácil uso, la información sobre una amplia gama de tipos de vehículos de alquiler y sus ofertas de coches en venta en Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y La Palma. Aunque no dispone de reserva *online*, presenta un formulario de solicitud, que queda pendiente de confirmación posterior, en el que calcula automáticamente el precio de la reserva. También incluye un formulario para la consulta de vehículos en venta. Presenta versiones en castellano, inglés y alemán.

## INFORMACIÓN

Presenta el plano de cada isla con la situación de cada una de sus oficinas, indicando la dirección y formas de contacto. También presenta una relación de los tipos de vehículo que ofrece incluyendo su descripción, características, tarifas y las posibles ofertas.

## RESERVA

Para reservar presenta un formulario que permite seleccionar fechas y tipo de vehículo. Además, calcula el presupuesto y solicita los datos del cliente, quedando pendiente de confirmación. También informa sobre vehículos en venta y ofrece otro formulario de consulta.

## GENERAL

La página incluye información sobre la empresa y su historia y ofrece a los clientes la posibilidad de registrarse para crear una cuenta y definir sus preferencias en ella. También dispone de un área de enlaces con algunas páginas de información turística en las islas.

### ▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Es una página de correcta presentación que permite un fácil acceso a la información y al cálculo y solicitud de reserva.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Está enfocada exclusivamente al cliente final y no ofrece ninguna posibilidad de gestión a las agencias de viajes.

## ORLANDO / 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 ESPECÍFICA AGENCIAS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque Orlando Rent a Car ofrece, en una página de fácil utilización, una amplia gama de vehículos en la mayor parte de las Islas Canarias, es de poco interés para los agentes de viajes, a los que no ofrece ninguna información ni permite gestionar en ella sus reservas.

5,8



**Entrada** / Ofrece al acceso a todas las áreas de la página y la relación de todos sus puntos de recogida en las Islas Canarias.



**Producto** / Presenta la relación y las características de los tipos de vehículo que ofrece, así como sus tarifas y ofertas.



**Reserva** / Para la solicitud de reservas ofrece, únicamente al cliente final, un formulario para la confirmación posterior.

# La Diputación de Palencia muestra su Turismo en un 'sitio' específico

El Patronato de Turismo de Palencia presenta una página muy bien diseñada para facilitar una cómoda navegación mediante múltiples formas de acceso a un amplio conjunto de datos de interés turístico, de los que ofrece sólo la información básica.



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

'Palencia por supuesto' es la página que ofrece la Diputación Provincial de Turismo a los posibles visitantes de la provincia. Presenta una estructura muy bien diseñada que permite acceder a la relación de todos los temas de interés para un viajero, tanto por comarcas como por tipo de recurso, a la vez que desde el municipio del seleccionado se puede consultar el resto de recursos de esa localidad, aunque ofrece sólo su descripción general incluyendo muy poca información gráfica. La página dispone de versiones en castellano, inglés y francés.

## INFORMACIÓN

Ofrece una estructura muy completa de acceso a la información de sus atractivos turísticos, por comarcas y por tipos de atractivo, además de un buscador paramétrico, pero ofrece una información muy general de cada tema y con un soporte gráfico muy mejorable.

## RESERVA

También ofrece buscadores de alojamientos y de restaurantes, tanto a nivel general de forma paramétrica, como desde la página de una localidad. Contempla una gran mayoría de los establecimientos, con su descripción general que incluye la dirección de su *web*.

## GENERAL

Ofrece además una presentación de la página, una completa guía gastronómica —que permite descargar en PDF—, una página dedicada a rutas por la provincia e información sobre sus fiestas, así como un formulario para el registro de usuarios y otro para sugerencias.

### ▲ Lo Mejor / Estructura

Tanto su diseño de pantallas como la estructura de accesos son muy adecuados y permiten una fácil navegación.

### ▼ Lo Peor / Información

Aunque contempla cualquier tema de interés para el viajero, la información, tanto textual como gráfica, es limitada.

## PALENCIA / Destinos

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La *web* de Turismo de Palencia resulta de utilidad por las referencias que incluye, tanto de sus atractivos como de sus servicios turísticos, incluyendo completos buscadores de alojamientos y establecimientos de restauración, aunque debería ampliar la información de cada tema.

6,8



**Entrada** / Presenta dos formas de acceso a la información de la provincia: por comarcas y por tipo de información turística.



**Producto** / Ofrece un sistema integrado de información de sus atractivos turísticos por zona, municipio o tipo de información.



**Reserva** / Presenta buscadores de alojamientos y de restaurantes, por múltiples parámetros y con información adecuada.

# Indicadores

## EL PULSO

### El BSP de la crisis

LOS DATOS DEL BSP correspondientes al primer trimestre vienen a reforzar la impresión general de caída prácticamente libre en el Sector, sobre todo en lo que se refiere al transporte aéreo. El único dato más o menos positivo, o mejor dicho, menos negativo, en consonancia con las interpretaciones de moda en los temas macroeconómicos, es que la baja de la producción nacional en marzo fue muy inferior al de la del acumulado del trimestre,



JOSÉ ARQUERO

como si por fin se estuviera aproximando el fondo. Dentro del relativo consuelo que ello supone, para otros destinos, sin tanta diferencia también ocurrió lo mismo, es decir que marzo fue algo menos malo que el conjunto de los tres primeros meses. Probablemente haya algo de ajuste a la situación real, es decir que realmente nos aproximamos a las situaciones de mínimos. Pero no estaría de más que el sector aéreo reflexionara sobre el hecho de que su IPC en tasa interanual haya crecido un 11,5%, aunque desde primeros de año ya esté registrando bajas.

## Previsión

**Dólar ar USA**  
 27.4.2009  
 1,323 \$/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,385 €/€
	6 Meses	1,384 €/€
	12 Meses	1,385 €/€

**Yen Japonés**  
 27.4.2009  
 128,300 ¥/€

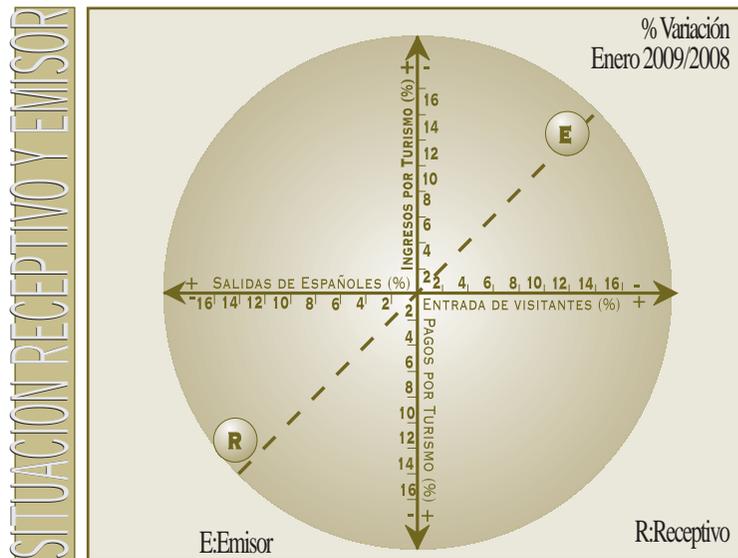
**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	127,849 ¥/€
	6 Meses	127,694 ¥/€
	12 Meses	127,828 ¥/€

**Libra Esterlina**  
 27.4.2009  
 0,906 £/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,898 £/€
	6 Meses	0,898 £/€
	12 Meses	0,902 £/€



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

SIGUE RECORTÁNDOSE LA ocupación hotelera. Los datos de marzo, aun ligeramente distorsionados por las fechas de Semana Santa ya revelaron una caída importante, y cuando se desestacionalicen con los de abril seguramente confirmarán la tendencia. Resulta curioso que, sin embargo, el gasto por turista, global y por día de estancia, registra

una ligera subida. Puede achacarse en parte a la inflación sin más, pero parece más bien deberse a la «selección natural» que al propia crisis está haciendo entre los visitantes, análoga a la que se realiza entre los usuarios del Emisor, que se reducen en conjunto, pero que individualmente, en promedio, tienden a ser algo mejores que en los ejercicios precedentes.

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 Receptor 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	62,96	DINAMARCA	Corona	7,45	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,23
ALBANIA	Lek	131,03	DJIBOUTI	Franco	230,58	LIBANO	Libra	1.989,71	RUSIA	Rublo	43,98
ANGOLA	Kwanza	103,11	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,58	LIBERIA	Dólar	86,13	SALOMON	Dólar	10,73
ANT. NEERL.	Guilder	2,37	ECUADOR	Dólar	33.128,80	LIBIA	Dinar	1,72	SAMOA OCC.	Tala	3,89
ANTIGUA	Caribe	3,58	EEUU	Dólar	1,33	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,58
ARABIA SAUDI	Rial	4,97	EGIPTO	Libra	7,47	MACAO	Pataca	10,58	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	96,24	EL SALVADOR	Colón	11,59	MACEDONIA	Denar	62,65	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,58
ARGENTINA	Peso	4,90	ERITREA	Nakfa	19,88	MADAGASCAR	Franco	2.743,06	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,58
ARMENIA	Dram	492,29	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,75	SAO TOME	Dobra	21.599,90
ARUBA	Florin	2,37	ETIOPIA	Birr	14,85	MALAWI	Kwacha	186,33	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,84	FIJI	Dólar Fiji	2,94	MALDIVAS	Rupia	16,96	SERBIA	Dinar	94,63
AZERBAIJAN	Manat	1,07	FILIPINAS	Peso	64,30	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	19,81
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,33	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,90	SIERRA LEONA	Leone	4.210,36
BAHRAIN	Dinar	0,45	GAMBIA	Dalasi	35,05	MARRUECOS	Dirham	11,15	SINGAPUR	Dólar	1,97
BANGLADESH	Taka	91,45	GEORGIA	Lari	2,19	MAURICIO	Rupia	44,72	SIRIA	Libra	60,96
BARBADOS	Dólar Barbados	2,65	GHANA	Cedi	1,91	MAURITANIA	Ouguiya	352,74	SOMALIA	Shilling	1.795,58
BELIZE	Dólar Belize	2,58	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,58	MEXICO	Peso	17,50	SRI LANKA	Rupia	159,28
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,33	MOLDAVIA	Leu	14,99	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,71
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,33	GUATEMALA	Quetzal	10,66	MONGOLIA	Tugrik	1.794,96	SUDAFRICA	Rand	11,71
BHUTAN	Ngultrum	66,01	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,09
BIELORRUSIA	Dólar	3.752,82	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTSERRAT	Dólar	3,58	SUECIA	Corona	10,77
BOLIVIA	Boliviano	9,30	GUINEA ECUAT.	Franco	6.609,19	MOZAMBIQUE	Metical	36,27	SUIZA	Franco	1,51
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	269,66	MYANMAR	Kyat	8,49	SURINAM	Dólar	3,64
BOTSWANA	Pula	9,81	HAITI	Gourde	52,67	NAMIBIA	Rand	11,71	TAILANDIA	Baht	46,86
BRASIL	Real	2,90	HONDURAS	Lempira	25,04	NAURU	Dólar	0,96	TAIWAN	Dólar	44,66
BRUNEI	Dólar Brunei	1,97	HONG-KONG	Dólar	10,27	NEPAL	Rupia	105,61	TAJIKISTAN	Somoni	4,94
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	295,52	NICARAGUA	Gold	26,71	TANZANIA	Shilling	1.784,98
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	66,01	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Dólar Canada	1,60	INDONESIA	Rupia	14.298,40	NIGERIA	Naira	196,12	TONGA	Pa'anga	2,82
CABO VERDE	Escudo	112,51	IRAN	Rial	13.343,60	NORUEGA	Corona	8,69	TRINIDAD	Dólar	8,34
CAMBOYA	Rial	5.470,22	IRAQ	Dinar	1.530,61	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,32	TUNEZ	Dinar	1,87
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,09	OMAN	Rial	0,51	TURKMENISTAN	Manat	18.837,00
CANADA	Dólar Canada	1,60	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,33	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,33
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,33	PAKISTAN	Rupia	106,61	TURQUIA	Lira	2,13
CHILE	Peso	777,53	ISLANDIA	Corona	171,46	PANAMA	Balboa	1,33	TUVALU	Dólar Australiano	1,84
CHINA	Yuan (o)	9,05	ISRAEL	Shekel	5,62	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,77	U.E.A.	Dirham	4,87
COLOMBIA	Peso	3.019,88	JAMAICA	Dólar	117,38	PARAGUAY	Guaraní	6.685,38	UCRANIA	Karbovanets	10,63
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	129,04	PERU	Nuevo Sol	4,06	UGANDA	Shilling	2.915,33
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,94	POLONIA	Zloty	4,49	URUGUAY	Peso	31,87
CONGO (R.D.)	Franco	1.116,71	KAZAKHSTAN	Tenge	199,64	PUERTO RICO	Dólar USA	1,33	UZBEKISTAN	Sum	1.915,13
COREA NORTE	Won	189,56	KENYA	Shilling	104,36	QATAR	Rial	4,83	VANUATU	Vatu	151,37
COREA SUR	Won	1.779,81	KIRGUISISTAN	Som	56,42	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar	2,85
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,84	R. DOMINICANA	Peso	47,34	VIETNAM	Dong	23.551,90
COSTA RICA	Colón	756,79	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,90	YEMEN	Rial	265,45
CROACIA	Kuna	7,42	LAOS	Kip Pot Po	11.316,80	REP. CHECA	Corona	26,64	ZAMBIA	Kwacha	7.526,85
CUBA	Peso Cubano (o)	1,33	LESOTHO	Maluti	11,71	RUANDA	Franco	753,91	ZIMBABUE	Dólar	379,89

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.

## Principal es Indicadores Economicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentario
Gasto medio por turista	Febrero 2009	548 €	+1,6% (anual)	Simplemente la inflación, o menos
Entrada de visitantes extranjeros	Marzo 2009	6.163.494	-17,3% (anual)	Baja general y estacional
Pernoctaciones	Marzo 2009	15.585.801	-18,9% (anual)	Habrà que desestacionalizar
IPC (Transporte aéreo)	Marzo 2009	117,42	+11,5% (interanual)	El alza interanual sigue siendo excesiva

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, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS San Bernardo MADRID	☎ 91-5599110 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreira, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Cortes Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Cortes Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ª San Antonio Portmarty (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 Napoles, 227 3ª 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 947-206012
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 2ª 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 91-5614660
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 3ª MADRID	☎ 902020702
GUAMA SA Po. de la Habana, 28 MADRID	☎ 91-7823787 Fax: 91-5643918
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977

HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93-425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6ª 2ª MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ª MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
KUONI SA Pº. Infanta Isabel, 17 1ª MADRID	☎ 91-5382700 Fax 91-5382727
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-501020 Fax 91-4568686
NUUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ª MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4ª MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 9 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5497889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1ª 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 2ª BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7ª MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578

SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR Sor Angela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 2ª BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4ª MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA C/ España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ª BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4ª	☎ 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 3ª 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
AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2ª Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

### Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-578605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 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 1ª MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA 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 sobreatico 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 ALOQUE UN COCHE Av. de Manóteras, 32 - Ed. Avis MADRID	☎ 902-135531 Fax 91-3480220
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1- 3ª 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 Catalanes, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Flea, 4 1ª D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE, Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

### Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, cc.AmericasP26ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
CONFORTELHOTELS Av. Burgos, 8 A 15ª MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Fralle, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSAHOTELS Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL	☎ 902101314

Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	Fax 91-7365040
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
UTELL Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1ª	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

### Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7ª	☎ 93-3429990 Fax 93-3429991
GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1ª OVIEDO	☎ 902-300022 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4ª Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ªB MADRID	☎ 91-5498311 Fax 91-5499586

### Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOCARES GARCIA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	☎ 91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ª MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Flea, 4 1ª 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	☎ 91-4118324

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

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

**¡NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN!**

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-Romanos Abogados C/ José Abascal 48 Dup. 4ª 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)

## Las agencias buscan profesionales con buen nivel de inglés

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.

■ **Día Libre Viajes.** Agencia de viaje. Madrid. Agencia de viajes necesita persona eficaz, con experiencia en grandes viajes y empresas, buena presencia y organizado. Requisitos: Amadeus, Renfe, conocimientos de páginas web, buen nivel de inglés, dotes comerciales y cartera de clientes. C.V.: blanca.duran@dialibre.com.

■ **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 Zafiro Tours.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes ofrece contrato de prácticas. No es necesaria experiencia. Posibilidad de incorporación en plantilla. C.V.: meco@zafiro.com.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@prestigioviasjes.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.: rhh@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. Buscamos 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.

## 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.** 23 años. Madrid. loremad86@hotmail.com. ☎ 637 45 47 58.

■ **Agente de viajes.** 29 años. Madrid. necale3@hotmail.com. ☎ 619 54 45 27.

■ **Agente de viajes.** 27 años. Leganés. vanessags\_madrid@hotmail.com.

■ **Agente de viajes.** 39 años. Madrid. javiertravel1969@hotmail.com. ☎ 653 87 47 38.

■ **Agente de viajes.** 42 años. Madrid. silvykuki@hotmail.com. ☎ 650 25 71 88.

■ **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@olympiad.com. ☎ 661 00 85 21.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Viajes desde América

➡ La página en Internet de Omvesa presenta, en PDF y en Word, sus folletos y la descripción 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.

⬇ Es de muy poca **utilidad** para la emisión desde España.

⬇ No dispone de ningún tipo de gestión de **reservas**.



<http://www.omvesa.com>

## Hoteles en gestión

⬆ La página en Internet de Acta Hotels ofrece, con una adecuada presentación y estructura, **información** sobre sus nueve hoteles en Barcelona, Valencia, Andorra y Francia y una sencilla gestión *online* de reservas, que no es válida para las agencias.

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

⬇ No dispone de gestión de **reservas** para las agencias de viajes.



<http://www.actahotels.com>

## Finlandia y otros destinos

⬆ La página de Finnair incluye **información** de sus vuelos y los de sus compañías colaboradoras de una forma muy cómoda. Además, ofrece un amplio conjunto de servicios complementarios, aunque no dispone de un área específica para las agencias.

⬆ Es una página de **utilidad** para el usuario final.

⬇ No contempla la **reserva** desde las agencias de viajes.



<http://www.finnair.com>

## Alquiler y otros servicios

⬆ Transauto es un *rent a car* que además de alquiler de coches en la Costa del Sol ofrece en su página en Internet **información** de otros servicios como traslados, coches usados y alquiler y venta de viviendas en la zona, aunque exclusivamente al cliente final.

➡ Por sus servicios complementarios puede ser de **utilidad** en la zona.

⬇ Para **reservar** sólo ofrece un formulario (no válido para las agencias).



<http://www.transauto.es>

## Turismo en Berlín

⬆ VisitBerlin.com ofrece **información** sobre los temas de interés en la ciudad para un viajero y la posibilidad de reservar alojamientos, billetes de espectáculos y otros servicios turísticos en la ciudad, pero sólo disponibles para el cliente final.

➡ Su **utilidad** está limitada porque no ofrece versión en castellano.

⬇ Su gestión de **reservas** no es válida para las agencias de viajes.



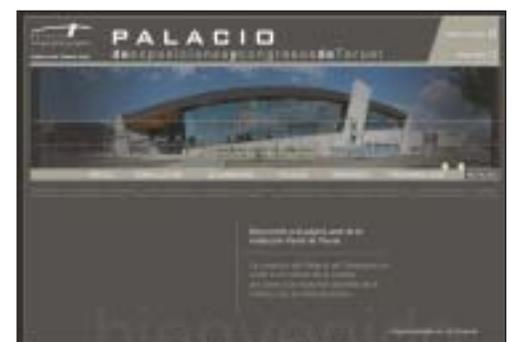
<http://www.berlin.de>

## Eventos en Teruel

➡ El Palacio de Exposiciones y Congresos de Teruel presenta en su web una **información** limitada sobre el edificio, sus espacios, servicios y futuros eventos, así como sobre la ciudad, su historia, gastronomía, y la relación de sus principales hoteles.

➡ Sería más **útil** ampliando el contenido y el tamaño de la información.

⬇ No ofrece ningún tipo de gestión de **reservas** en Internet.



<http://www.feria-congresosteruel.com>

## LEGISLACIÓN

### Resoluciones

#### Planes turísticos

✓ Resolución de 1 de abril de 2009, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional a la fiesta "Entroido", de Verín (Orense).

✓ Resolución de 9 de diciembre, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el convenio de colaboración entre el Ministerio de Turismo, la consejería de Cultura y Turismo 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 Vodión.

✓ Resolución de 9 de diciembre, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el convenio de colaboración entre el Ministerio de Turismo y el Ayuntamiento de A Coruña, para el desarrollo de un plan de dinamización del producto turístico en el área metropolitana de A Coruña.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

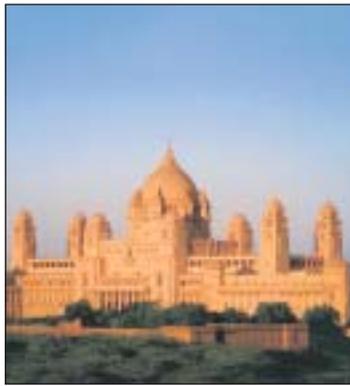
## CURSOS

### Kirunna Travel forma a los agentes

#### Seminarios sobre los destinos comercializados por el turoperador

Kirunna Travel, turoperador perteneciente a Orizonia Corporación especializado en grandes viajes, organiza un gran número de seminarios en numerosas ciudades españolas con el objetivo de formar a los agentes de viajes sobre los destinos turísticos más demandados por los turistas nacionales. Los destinos en los que se centrarán los seminarios impartidos por la mayoría son: Australia, Nueva Zelanda, Colombia, Seychelles, Costa Rica, Honduras, Polinesia, Mauricio, Perú, Brasil, Chile o India.

Los cursos impartidos por expertos de Kirunna Travel ya han formado hasta el momento a más de 1.000 agentes de viajes, con una media de casi medio centenar de asistentes por sesión. Los seminarios concluirán a finales del mes de mayo, por lo que el turoperador prevé incrementar el número de agentes participantes. Esta iniciativa tiene como objetivo dotar a los agentes de viajes que comercializan los productos de Kirunna de un mayor conocimiento sobre los destinos para que puedan asesorar de un modo más eficaz al cliente



final. Así, los viajeros que se acerquen a las agencias recibirán una información más completa de los destinos demandados.

Kirunna Travel, que cumplió el pasado mes de marzo su primer aniversario, enmarca esta labor formativa en su estrategia de acercamiento a las agencias de viajes. En esta línea, desde el turoperador confirman que están diseñando distintas promociones que contribuyan igualmente a una mejor relación con las más de 12.000 agencias de viaje que comercializan sus productos.

## LIBROS

### Cueva de Nerja, 50 años de historia

#### Libro Cueva de Nerja

La Fundación Cueva de Nerja presenta la nueva edición de su libro institucional, en el que, en primer lugar, se repasa la historia reciente de la cavidad. En dicha publicación, que cuenta con 300 fotografías, se lleva a cabo una descripción de las diferentes galerías de este emblema turístico, tanto las abiertas al público como aquellas de acceso restringido. Asimismo, los lectores podrán conocer el patrimonio arqueológico, la riqueza geológica y la diversidad biológica de la Cueva de Nerja. En la última parte del libro se muestra la belleza que rodea a la cueva, haciendo especial hincapié en las localidades colindantes.



## CALENDARIO

### Ferias de Turismo en el mes de mayo

● Del 4 al 8 de mayo del año 2009, Feria Internacional de Turismo de Cuba, FITCUBA 2009, Complejo Morro - Cabaña de La Habana, La Habana, Cuba. FITCUBA, evento más importante para la industria turística cubana, tiene como objetivo la promoción de los atributos del destino Cuba. Durante este encuentro se promocionarán las ciudades patrimoniales del país, así como sus circuitos. Para ampliar la información sobre el encuentro puede acceder a la siguiente página web: [http://www.cubatur.cu/fitcuba\\_es.html](http://www.cubatur.cu/fitcuba_es.html).

● Del 14 al 17 de mayo de 2009, Feria Internacional de Golf Green Cantabria, Santander, España. El Palacio de Congresos y Exposiciones de Santander acoge esta encuentro, que pretende convertirse en un referente nacional dentro del mundo del golf. Uno de los protagonistas de la feria es el Turismo de golf, que cuenta cada vez con más adeptos. Para ampliar información sobre la feria de Santander puede consultar la siguiente página web: <http://www.greencantabria.com>.

# N

## BOLSA DE TRABAJO

### nexotur.com

## ¿Necesita un profesional?

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

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

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

## ¿Busca trabajo?

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



# NEXOTUR

LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID / P.O.Box 10119 MADRID / 91 369 41 00 / 91 369 18 39 / E-MAIL: nexotur@nexotur.com

## SUBEN

### ▲ Christian Badenhop



Worldhotels ha nombrado a Christian Badenhop director regional de ventas para Europa. En su nuevo cargo, Badenhop, de 40 años de edad, se encargará de coordinar todas las oficinas de ventas de la región EMEA, incluido el Reino Unido.

### ▲ Ingo Gürges



Ingo Gürges ha sido designado por Worlhotels vicepresidente de Expansión. Las principales funciones de Gürges serán desarrollar estrategias globales de crecimiento de la cadena, políticas de precios, así como nuevos servicios y formas de contrato.

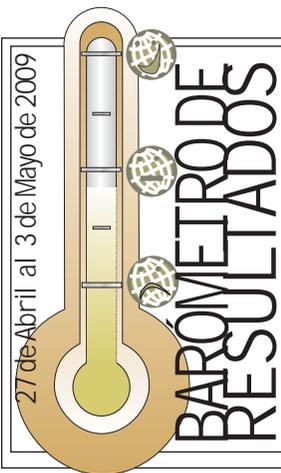
### ▲ María Vilela



María Vilela ha sido nombrada directora de los hoteles Doña Pakyta y Cortijo El Sotillo. Diplomada en Turismo, Vilela cuenta con una amplia trayectoria profesional en el sector hotelero. Comenzó su carrera en 1988 en Hotel NH Bretón.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves .....	2
Protagonista / Jesús Nuño de la Rosa ..	3
Entrevista / Manuel Figuerola .....	4
Escaparate .....	6-14
ICTE .....	16-17
Mostrador .....	18-21
Club .....	22
Gestión .....	23
Hotelería .....	24-25
Evaluanet .....	26-27
Indicadores .....	28
Booking .....	29
Ofertas de empleo .....	30
Agenda .....	31



## LA SEMANA

### Exasperantemente lento inicio de campaña

No quiere arrancar la campaña veraniega. Las ventas para los meses de mayor actividad siguen sin lanzarse, amenazando con repetirse, pero agravada, la situación del año pasado. Demora hasta el último momento, a la espera de la oferta, que en esta temporada se suma a la espera simplemente para saber si podrán permitirse las vacaciones. Ni siquiera se salvan los novios, y encima este segmento se ha encontrado con el problema de la gripe porcina mexicana, siendo muy afectado al tener habitualmente mucha demanda para Cancún, que ahora mismo está reconduciéndose, o directamente anulándose. El business, sin embargo, aunque algo resentido, sigue funcionando

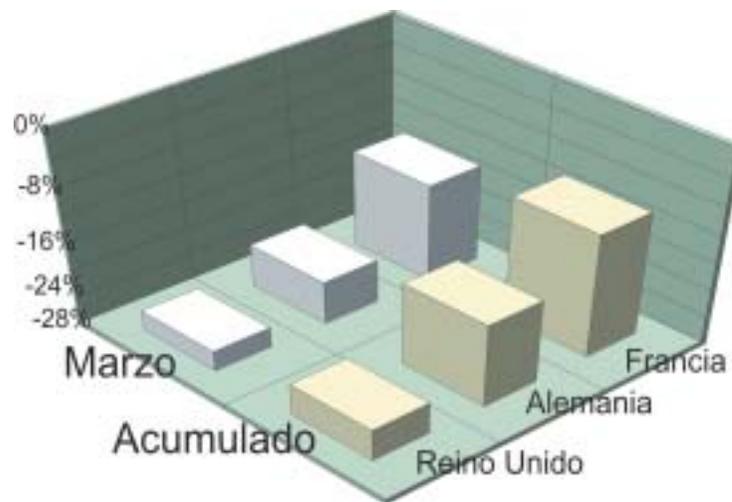


## COYUNTURA

### Cae un 20% la entrada de turistas

España prosigue con su evolución negativa en lo que respecta a la entrada de turistas, con un recorte interanual del 20,8% en marzo, la mayor caída de los últimos años. Si bien hay que tener en cuenta que en 2008 la Semana Santa tuvo lugar en dicho mes, mientras que en 2009 se ha celebrado en abril. Todos los mercados emisores, a excepción de Estados Unidos, contribuyen a esta pronunciada caída del destino España.

### Variaciones mercados emisores



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET)

© NEXOTUR

tivamente. Sin embargo, ambas Comunidades autónomas, que representan cerca de la mitad de viajeros que han visitado España en marzo, registran caídas cercanas al 20%. A continuación les sigue en importancia Andalucía, que con el 13,9% de las llegadas, experimenta

un descenso del 23,3% respecto al mismo período del año anterior.

Aunque también empeora las cifras del ejercicio precedente, la Comunidad de Madrid es la única que se desmarca de las drásticas caídas del mes de marzo. Mientras que las variaciones negativas de las

principales regiones rondan el 20%, Madrid registra en el mes analizado por el IET una contracción del 5,1%, recibiendo un total de 367.000 turistas. Esta tasa interanual alza a la Comunidad de Madrid hasta la cuarta posición, sobrepasando a destinos como Baleares o la Comunidad Valenciana, que cierran el mes con 308.000 y 316.000 visitantes internacionales, respectivamente. Los mercados que más turistas aportan a la Comunidad de Madrid son Francia, Portugal, Reino Unido y Alemania, por este orden.

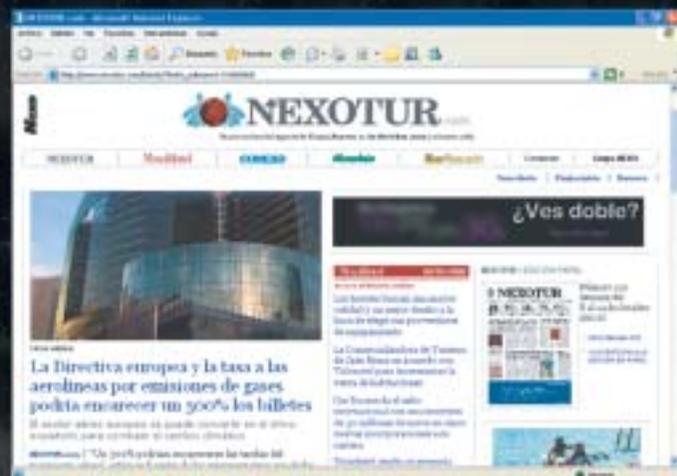
### Menos viajes organizados

En cuanto a las formas de organización del viaje, tanto los viajeros que han optado por la contratación de un 'paquete' turístico como los que visitan el país sin un viaje organizado experimentan notables decrecimientos en el mes de marzo, cercanos en ambos casos al 20%. Los turistas internacionales que han llegado con un viaje organizado representan en marzo el 29,4%.

Respecto a las vías de acceso, el avión continúa siendo el medio de transporte prioritario para los visitantes internacionales, concentrando el 77,9% de las llegadas. Pese a ello, esta vía de acceso experimenta la mayor caída del mes, concretamente del 21,3%, dos puntos porcentuales mayor que la del transporte por carretera, utilizado por el 19,6% de los extranjeros. Por último, la menor afluencia de turistas se ha dejado notar en los hoteles y similares, que han recibido 634.000 visitantes foráneos menos en relación al pasado ejercicio.



**Date de alta en Nexotur.com**  
Diario online del Agente de Viajes  
**...y recíbelo cada mañana en tu email**



# Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Mayo 2009

## Presentación en el Real Club Náutico de Palma de la norma de Calidad Española para Instalaciones Náutico-Deportivas

**El cumplimiento por parte de los clubes náuticos y marinas de esta norma implicará obtener la "Q" de Calidad Turística en este subsector.**

El pasado 24 de Abril, se dieron cita en el Real Club Náutico de Palma, el Instituto para la Calidad Turística Española, la Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA), la Administración y otros agentes sociales para finalizar el Proyecto de Norma Española, que en los próximos meses se convertirá en norma UNE y normalizará el sector de Instalaciones Náutico-Deportivas.

La idea de normalizar en el sector náutico parte de la propia Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos, CEACNA, que solicita al ICTE la elaboración de un documento específico para este sector. De esta forma se iniciaron los trabajos de normalización en Abril de 2008 en Valencia, concluyendo el texto en la pasada reunión.

A partir de esta fecha, tras los periodos de información pública, los clubes

náuticos y marinas que lo soliciten, podrán implantar la norma para instalaciones náutico-deportivas y posteriormente obtener la "Q" de Calidad Turística, Marca que les avalará como máximo exponente de calidad en turismo nacional.

Esta norma de calidad de servicio, pionera en el ámbito específico de las Instalaciones Náutico-Deportivas, (independientemente de su forma de gestión bien club náutico, bien puerto deportivo) marca unos requisitos a cumplir que definen el nivel de servicio al cliente, incrementando el valor añadido de la propia instalación, pero teniendo muy en cuenta la importancia turística que tiene para cada municipio la aportación que cada instalación náutico deportiva puede hacer para su comunidad de ciudadanos al ser receptores de un gran número de visitantes y turistas.

Como principal aportación de la norma, se establecen los requisitos para determinar que una Instalación Náutico-Deportiva atrayente para el fomento del turismo debe propor-

cionar de modo obligatorio actividades náuticas a sus usuarios. Siendo de este modo el PRINCIPAL elemento diferenciador con aquellos puertos que tan sólo dedican sus instalaciones al arrendamiento de amarres y superficies comerciales o al parking de barcos y que, consecuentemente, no son de interés para el turismo por ser únicamente espacios e instalaciones portuarias cuyo objetivo único es la actividad financiera y por tanto dejan de ser objeto de la presente normalización turística.

Este acto fue presentado por el Director General del ICTE, Fernando Fraile, el Presidente de la Asociación de Clubes Náuticos de Baleares, y Vicepresidente de la CEACNA, Miquel Suñer, y el Presidente del Comité de Normalización de "Instalaciones Náutico-Deportivas" Carlos Torrado, que agradecieron muy especialmente al Real Club Náutico de Palma su acogida, así como a todas las diferentes entidades que han prestado sus sedes para el desarrollo de los trabajos que hoy finalizan.



José Luis Miró / Malles

Presentación del borrador de la Norma para Estaciones Náuticas.



Turismo náutico.

## La Secretaría de Estado de Turismo y el ICTE entregan la "Q" de Calidad a Mundicolor

**El Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y el Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones, hicieron entrega el 23 de Abril de la "Q" de Calidad Turística a Gonzalo Pascual, Presidente de Mundicolor.**

La mayorista de viajes Marsans, Tiempo Libre - Mundicolor, queda así certificada con la "Q" de Calidad Turística, marca que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española. Este distintivo estará visible en todos los productos de la mayorista, incluyendo a todas sus marcas: Mundicolor, Dimensiones, Planicolor y Hotelcolor.

La obtención de la "Q" de Calidad Turística supone una mayor seguridad y fiabilidad para

las agencias de viajes, así como la satisfacción del cliente, cuidando todas las posibilidades que aseguren la calidad y confianza que los clientes buscan para sus viajes, además de su apuesta por la mejora continua en todos los niveles de la organización.

La Calidad Turística Española es un referente mundial, así lo constata la Secretaría de Estado de Turismo, la cuál apoya en todo momento esta unión entre el sector público y el privado y la considera esencial. Para la Secretaría de Estado de Turismo, "se debe seguir profundizando entre todos, para hacer de la cultura del detalle, la hospitalidad y la atención al turista los grandes factores de fidelización de nuestros turistas".



El Secretario de Estado y el Presidente del ICTE haciendo entrega de la "Q" al Presidente de Mundicolor



Foto: M.J. Crespo

El pasado 14 y 15 de Abril tuvo lugar en Cádiz, la 2ª reunión del Grupo de Trabajo Internacional de Playas. En dicha reunión se aprobó su paso a votación por el comité plenario TC228, lo que supondrá su futura publicación como norma ISO.

Esta firma está enmarcada dentro del acuerdo de promoción de la Marca "Q" de Calidad Turística por parte de la Secretaría de Estado de Turismo.

## Miguel Mirones, Presidente del ICTE, elegido miembro del Comité Ejecutivo de CEOE España

**El Jueves 2 de Abril se celebró la Asamblea Electoral de CEOE España en la que Gerardo Díaz Ferrán ha sido reelegido Presidente.**

Posteriormente a la Asamblea electoral, se celebró una reunión de la nueva Junta Directiva en la que se procedió a la elección del nuevo Comité Ejecutivo. Miguel Mirones, en calidad de Presidente de CEOE-CEPYME Cantabria, ha sido elegido miembro de dicho Comité, que estará compuesto por un total de 40 personas en representación de las principales confederaciones de ámbito regional y sectoriales nacionales.

El Comité Ejecutivo está adquiriendo un protagonismo esencial consecuencia de la situación de crisis económica. Cabe recordar en este sentido, que este Comité se reúne 2 ve-

ces al año con el Presidente del Gobierno de España para hacer un análisis profundo de la realidad económica desde la óptica empresarial.

La presencia de miembros del instituto en este Comité alcanza también al Presidente de ASINTRA, Lorenzo Chacón. Al mismo tiempo se han integrado por primera vez en la Junta Directiva de la CEOE-CEPYME dos sectoriales más que forman parte de los órganos de gobierno del ICTE; AMAVE representada por su Presidente Carmelo Hernández y ANBAL, por parte de Nicasio Pérez Menzel, delegado a estas funciones al haber sido nombrado el Presidente de la patronal balnearia miembro del Comité Ejecutivo. Igualmente continúa Joan Molas, como Pre-



El Presidente del ICTE con su homónimo de la CEOE, Gerardo Díaz Ferrán

sidente de la CEHAT y José María Rubio de FEHR.

El Instituto para la Calidad Turística Española es una Asociación empresarial conformada por las patronales turísticas más importantes de este país, así como por la Secretaría de Estado de Turismo, la FEMP y las CCAA.

## El ICTE reconoce la labor de 29 empresas certificadas en Extremadura

El Director General del Instituto para la Calidad Turística Española, Fernando Fraile García, y la directora general de Turismo, Manuela Holgado Flores, fueron los encargados de entregar el 1 de Abril, los diplomas de reconocimiento a 29 empresas extremeñas certificadas con la "Q" de Calidad Turística, en el transcurso de un acto celebrado en el Palacio de Congresos de Badajoz Manuel Rojas.

Desde la Junta de Extremadura se apuesta por la calidad como una forma de ser más competitivos en el sector turístico. Por eso, y con el fin de que los empresarios extremeños puedan acceder a la "Q", este año las ayudas de turismo han prestado especial aten-



Empresarios turísticos de Extremadura con la Directora General de Turismo y el Director General del ICTE

ción no sólo a la obtención de la Marca sino también al seguimiento, renovación y uso de la misma.

Manuela Holgado está convencida y así lo expresó durante el acto, en que ofrecer servicios de calidad es una de las claves para ser más competitivos en el sector.

Para el empresario, tener la "Q" es una garantía en el sistema de gestión y organización de su empresa, así como de promoción y reconocimiento de la misma, mientras que para el cliente supone una mayor confianza para obtener la calidad de los servicios demandados.



A fecha de cierre de este periódico está teniendo lugar en Turquía la reunión anual del Comité ISO TC/228 Turismo y Servicios Relacionados, donde las propuestas españolas a título informativo están siendo presentadas a los más de 50 países que conforman este comité.

## El ICTE participó activamente en la V Edición de la TCV

El Instituto para la Calidad Turística Española participó en la última edición de la Feria Internacional de Turismo de la Comunidad Valenciana, que se celebró del 3 al 5 de Abril.

El ICTE distinguió, dentro del marco de la feria, a la ciudad de Valencia como la capital española con mayor número de oficinas turísticas certificadas con la Q de Calidad. El acto tuvo lugar en el stand de Turismo Valencia, y estuvieron presentes el Director General del ICTE, Fernando Fraile García, el presidente de la Cámara, Arturo Virosque, y el director del Instituto de Turismo Valencia, José Salinas. La entrega estuvo coordinada por la Cámara de Comercio de Valencia



Reunión del Plenario en la TCV.

como delegación del Instituto para la Calidad Turística Española.

Por otra parte, el ICTE celebró durante el día de inicio de la misma la 2ª reunión plenaria del Comité técnico de Normalización 187, que conforma los sectores públicos de Pla-



Jornadas PREDIF en Feria de Turismo de Valencia.

yas, Espacios Naturales Protegidos, Oficinas de Información Turística, Palacios de Congresos, Convention Bureau, Guías Turísticas y Patronatos de Turismo.

Y dentro de la participación del instituto en jornadas informativas,

colaboró con PREDIF en la mesa redonda que se desarrolló sobre turismo accesible.

Así mismo el Instituto, a través de un stand propio, estuvo durante los tres días de la feria informando sobre el Sistema "Q" de Calidad.



Entrega Q a Oficinas de Turismo de Valencia.