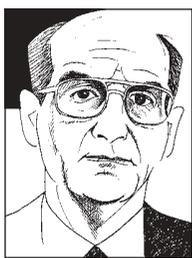




**MIGUEL SEBASTIÁN**  
**Innovación tecnológica**  
PÁG. 12/La OMT y el Ministerio trabajan juntas por la innovación en el Turismo



**JOSÉ MANUEL MACIÑEIRAS**  
**México se recupera**  
PÁG. 10/AEDAVE cree que el destino México volverá a la normalidad antes de finales de año



**MATILDE TORRES**  
**Grandes retos**  
PÁG. 8/Las agencias de viajes deben pasar del concepto de tienda al de asesoría



**ANTONIO TAJANI**  
**'Lista negra'**  
PÁG. 6/La Unión Europea propone crear una 'lista negra' aérea a nivel mundial



**RAFAEL SERRA**  
**Ofertas agresivas**  
PÁG. 9/UCAVE cree que hay que revisar la legalidad de algunas estrategias comerciales

## FEAAV denuncia tanto en la Red como a oficinas nuevos casos de intrusismo

La Federación critica la apertura de agencias en BBVA y el caso de RifJet

En menos de un mes FEAAV ha detectado dos casos de intrusismo en el Sector de las agencias. Uno provocado por la posible apertura de agencias de Marsans en oficinas de BBVA en Córdoba y, la otra, la estafa en la venta de billetes a Marruecos y Nador en Internet a través de RifJet, que ha dejado en tierra a 1.500 personas.

nas de BBVA en Córdoba y, la otra, la estafa en la venta de billetes a Marruecos y Nador en Internet a través de RifJet, que ha dejado en tierra a 1.500 personas.



Jose Luis Muñoz, de Grupo Europa.

### El freno del consumo afecta a las ventas

Para el nuevo presidente de Grupo Europa ha pasado lo peor de la crisis, pero el freno del consumo afecta directamente a las ventas. **Pág. 4**

### La nueva Vueling ya opera tras su fusión

Con 35 aviones y 92 rutas, la nueva Vueling ha empezado a operar, siendo la primera aerolínea de El Prat y la tercera española. **Pág. 8**

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 21**

"Cada caso de intrusismo que detectamos, lo denunciamos, aunque el seguimiento de que no se vuelva a repetir es obligación de las autoridades turísticas pertinentes", explica el presidente de FEAAV, Rafael Gallego. Así, en el caso de las agencias de Marsans en oficinas del BBVA, la Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba (AVVOCOR), perteneciente a



Rafael Gallego

la Federación, ha interpuesto una denuncia ante la Delegación de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía en Córdoba. Para evitar casos como el de RifJet, Gallego aconseja verificar la legalidad de las empresas y pide "mayor rigurosidad a los medios", ya que "no hay que llamar agencia a algo que no lo es".

Escapate en págs. 5 y 9

## El verano comienza con subida en el IPC y otra caída del BSP

El inicio de la temporada de verano ha registrado un incremento del precio del 'paquete' turístico del 3,5%, según los datos sobre el IPC de junio del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Así, tras su caída en mayo, con un -8,4%, recupera su tendencia alcista, que en la tasa interanual sólo es de un 0,9%. En el caso del Turismo y hostelería, sector que engloba agencias, alojamientos y restaurantes, el IPC registra una ligera subida intermensual del 0,5% e interanual del 1,7%.

Por su parte, la producción de BSP de IATA del mismo mes registra una caída del 24% en junio y obtiene 385,32 millones de euros. La doméstica ha alcanzado 118,57 millones, un -22%, mientras que la internacional descendió un 26%, con 266,75 millones. El mejor comportamiento lo registra la venta de billetes a África, que sólo disminuye un 4%. Aunque es la menos representativa, con 17,34 millones, frente a los 114,29 millones de América, que cae un 26%. **Escapate en págs. 5 y 6**

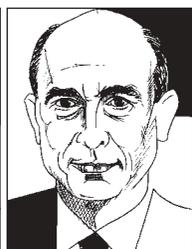
## Antonio Vázquez asume la presidencia de Iberia

Conte dice abandonar el cargo por razones personales

Fernando Conte deja la presidencia de Iberia, según afirma, por razones personales, "profundamente meditadas". Le sucede en el cargo Antonio Vázquez, antiguo presidente de Altadis, y consejero de Iberia entre los años 2005 y 2007. "Me incorporo a Iberia con la mayor ilusión", señalaba tras su nombramiento.



Antonio Vázquez



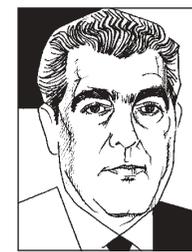
Fernando Conte

Como señalaba en la anterior edición NEXOTUR, quizá la renuncia habría sido provocada por la presión del núcleo duro de los accionistas. Conte abandona la aerolínea con fuertes pérdidas y sin culminar el proceso de fusión con British Airways, que ahora se reactiva.

Escapate en págs. 6

## AEVISE cree que Ryanair en Sevilla 'no beneficia a nadie'

Para el presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), Antonio Távara, que Ryanair se instale en el aeropuerto de Sevilla "no beneficia a nadie". La aerolínea ha realizado esta propuesta para "crear nuevas rutas y reducir la caída del tráfico".



Antonio Távara

Pero el también presidente de la Federación Andaluza (FAAV), aunque

no se muestra contrario a su llegada, recuerda sus antecedentes y le pide que "no supedite su proyecto a la concesión de subvenciones". Además, Távara advierte que uno de los objetivos de Sevilla es potenciar "el Turismo de calidad", mientras que el cliente de Ryanair

suele ser de un poder adquisitivo medio-bajo. **Escapate en pág. 10**



Cada vez que viaje por negocios consiga billetes de premio

Inscriba ahora a su empresa en [www.klm.es/bluebiz](http://www.klm.es/bluebiz)



## ■ CLAVES

**Internet como oportunidad**

**E**L SECTOR TURÍSTICO ha visto en pocos años cómo Internet ha impulsado las reservas de viajes, hoteles o 'paquetes' vacacionales. Lo que hace unos años nos parecía impensable o, al menos, nos producía una gran desconfianza, es hoy en día una de las maneras más habituales de reservar las vacaciones: a través de la *web*.

Internet ha posibilitado el nacimiento de empresas que operan única y exclusivamente a través de la Red, aunque también las hay que conviven en el mercado tradicional y en el *online*. No sabemos cuáles serán los nuevos negocios



☞ YAGO ARBELOA

que revolucionen el Sector Turístico gracias a su existencia a través de Internet, pero lo que sí sabemos es que ahora, gracias a una nueva asociación, aquellos que quieran emprender un proyecto en Internet lo tendrán más fácil.

La Asociación de Inversores y Emprendedores de Internet (AIEI) acaba de nacer con la idea de ayudar a aquellos empresarios que quieran emprender un negocio en la Red y no sepan cómo hacerlo. Iniciativas como ésta ayudan a dinamizar el sector de Internet, un escenario revolucionario que ofrece múltiples posibilidades y que cuenta ya con múltiples adeptos, aunque también sigue generando desconfianza entre aquellos que están menos familiarizados con él.

La AIEI pretende precisamente dinamizar este mercado y orientar a aquellos que quieran emprender un nuevo negocio *online* y no sepan muy bien cómo, o necesiten financiación o los contactos oportunos para comenzar a operar.

El éxito de una empresa que opera en Internet va directamente relacionado con las formas de promoción del mismo. Es decir, la forma de darse a conocer y llegar a sus usuarios. En este sentido, la figura del SEO se hace indispensable. Es aquel especialista en encontrar las formas de promocionar los negocios *online* y posicionarlos en buscadores, para que sean los primeros en llegar a los ojos de los potenciales clientes.

El Sector Turístico tiene una enorme oportunidad en Internet en estos tiempos tan difíciles, por la capacidad de operar a distancia y por el ahorro de costes que supone poder realizar todas las operaciones de manera *online*, sin la necesidad de contar con una oficina. No hay duda de que Internet es una apuesta de futuro y más en estos tiempos que vivimos.

☞ Yago Arbeloa es presidente de la Asociación de Inversores y Emprendedores de Internet (AIEI).

**E**'El Turismo es una importante fuente de ingresos para muchos países mediterráneos y para sus zonas costeras e islas, aunque hay que tener en cuenta que también juega un papel importante en la degradación costera y del medio ambiente marino', explica José Manuel Delgado

## TRIBUNA



☞ JOSÉ M. DELGADO

**Contaminación del agua versus Turismo de calidad (y II)**

**L**OS RECURSOS TOTALES de agua de la Tierra se estiman en 1.500 millones de km<sup>3</sup> y los océanos cubren el 71% de la superficie terrestre. Sin embargo, el 97% de los recursos de agua están constituidos por agua de mar. Es decir, agua salada inadecuada para el consumo humano. La proporción de agua dulce utilizable de las reservas totales alcanza el 0,3% y la mayor parte de las reservas de agua dulce se encuentra en las enormes masas de hielo de los polos y de los glaciares de la montaña.

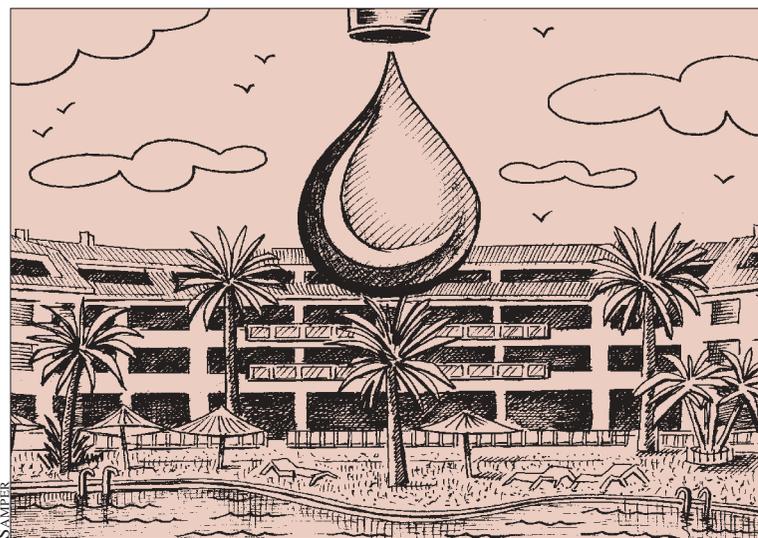
De 1970 a 1995, el promedio anual de consumo de agua en la Unión Europea (UE) aumentó de 600 a 1000 m<sup>3</sup> por persona. En función del volumen de la industria, el grado de irrigación en la agricultura, la estructura de la población y el clima, el consumo turístico de agua es muy diferente. En lo que respecta al análisis de calidad del agua para uso turístico en el ámbito europeo las aguas subterráneas contribuyen en un 75% al abastecimiento de agua potable, mientras que en España representan un 88% y en Dinamarca incluso un 98%.

Las aguas residuales no depuradas o insuficientemente depuradas constituyen un problema en muchas regiones. El 50% de la población de la UE vive en regiones en las que no se depuran. Dentro de los objetivos de la calidad hay un gran número de directivas que establecen criterios destinadas a determinados usos. En el caso, por ejemplo, de las aguas de baño la directiva 76/160/CEE se adoptó con el objeto de evitar la transmisión de enfermedades infecciosas. La calidad ecológica del agua está determinada en el 13º informe de la Comisión sobre las aguas de baño (mayo 1996), donde se señaló que 3.000 de las 18.000 playas examinadas en la UE no cumplían con los requisitos establecidos en la directiva. El balance es aún negativo para las playas interiores: 1.700 (es decir, un 30%) de estas playas no cumplen los requisitos.

Por otra parte, con la acción Bandera azul, coordinada por la Fundación para la Educación y el Medio Ambiente y apoyada por la Comisión, que se realizó por primera vez en 1987 en el marco del Año Europeo del Medio Ambiente, 1.157 playas y 407 puertos de la Comunidad recibieron una distinción en 1995. Esta se concede a las playas y a los puertos que

responden a determinados criterios. Se espera que esta distinción se convierta en un criterio de selección para los turistas y, en consecuencia, en un incentivo para los responsables en sus esfuerzos por alcanzar los objetivos de calidad.

mas, ha tenido como respuesta una gran llegada de turistas que visitan la región cada año. Este desarrollo urbano masificado es la causa de serios problemas de erosión y contaminación en muchos lugares a lo largo de las costas del Mediterráneo.



Si analizamos el caso del mar Mediterráneo, es una de las zonas más contaminadas por los vertidos directos al mar de la industria, la navegación comercial, la contaminación urbana y agrícola y los efectos del Turismo.

En el Mediterráneo hay puntos negros donde se encuentran altas concentraciones en sedimentos de mercurio, cadmio, zinc y plomo, que son normalmente identificados en las zonas costeras turísticas que reciben altas concentraciones de vertidos industriales, vertidos sólidos y urbanos.

El destino turístico más popular en el mundo, el Mediterráneo, combina típicamente y de forma única un clima agradable, una extensa costa, una cultura gastronómica importante así como una diversidad de culturas que atrae a un tercio del Turismo internacional.

El Turismo, como todos sabemos, es una de las más importantes fuentes de ingresos de muchos países mediterráneos que a su vez mantiene a pequeñas comunidades en las áreas costeras e islas proporcionando ingresos económicos de forma alternativa lejos de las grandes urbes. A pesar de suministrar beneficios económicos a la región, juega un papel importante en la degradación costera y del medio ambiente marino.

La construcción de infraestructuras y el rápido desarrollo urbanístico en la zona Mediterránea apoyado por las diferentes Comunidades autóno-

No se puede negar que las Comunidades están llevando a cabo políticas medioambientales y de concienciación positiva y que, en definitiva, son benéficas para evitar o controlar la contaminación de las playas, acumulación de basura, el olor que surge, las bolsas de plástico en el mar, etc.

Fuera de las acciones de las Comunidades autónomas también sería conveniente pensar un poco en las acciones de los turistas. Se podría plantear una cuestión ¿Por qué no establecer sanciones fuertes a los turistas y locales que se les vea maltratando o contaminando el medio ambiente?

Al fin y al cabo es un programa que funcionaría para muchas cuestiones: al sancionar a la gente, la contaminación con respecto a la calidad del agua bajaría por lo que no se necesitaría tanto presupuesto para ocuparse de ese problema, y a la vez, ese dinero puede ser aplicado para otras cuestiones que también resultan importantes en las playas.

Debemos intentar que todos los agentes turísticos involucrados tengan una "conciencia medioambiental adecuada" para que la contaminación de las playas, —como en el caso particular del Mediterráneo—, que es un problema grave que afecta al Turismo, a nuestra fauna marina, a las aguas subterráneas y a nosotros mismos, deje de ser un problema, ya que el agua contaminada produce mu-

chas infecciones y problemas como los que hemos comentado anteriormente. Además de ser conscientes, hay que hacer algo y poner solución a los problemas, no solamente decir "sí, que mal, deberíamos hacer algo", sino poner manos a la obra.

Con todo lo anterior podemos sacar las siguientes conclusiones:

—Turismo y calidad del agua: muchos estudios mencionan la contaminación del agua y su calidad como un problema en los sitios de playa, sobre todo para la jerarquización de las mismas. Los problemas están asociados al abastecimiento, a la calidad para el consumo y para la realización de actividades recreativas (natación, buceo, etc.).

—Los principales problemas de contaminación son los agentes patógenos de aguas residuales tratadas inadecuadamente que se arrojan en playas, lagos y ríos y en las que el Turismo contribuye a través de las descargas de la infraestructura turística.

—El aumento de nutrientes al agua, acelera procesos que determinan el excesivo crecimiento de algas, dando por resultado la disminución del oxígeno y la alteración de otras especies de flora y fauna muy común en lagos y lagunas.

—La presencia de derivados del petróleo, por el uso de los vehículos de recreo, o derrames de barcos o cruceros en los puertos, ha disminuido

el oxígeno y alterado el color de las aguas además los vertidos accidentales de petróleo pueden ocurrir en cualquier momento y supone un grave riesgo medioambiental y para la salud.

—La cantidad de turistas en determinados momentos debido al incremento urbanístico ha generado desabastecimiento y falta del recurso agua en los acuíferos o napas de muchas ciudades o sitios turísticos.

—Con la acción de la bandera azul coordinada por la Fundación para la Educación y el Medio Ambiente se ha conseguido un criterio de selección para el turista y la calidad del agua, así como un ejemplo a seguir en toda Europa.

—Las directivas aprobadas por la Unión Europea relativa a la calidad de las aguas de baño ha conseguido evitar la transmisión de enfermedades infecciosas aunque hay un amplio camino por recorrer.

☞ José Manuel Delgado es gerente del Plan de Dinamización Turística de la Mancomunidad del Embalse del Atazar.

*Se espera que la Bandera Azul sea una selección para los turistas y un incentivo para los responsables*

*Muchas actividades amenazan al Mediterráneo como la navegación comercial y los efectos del Turismo*

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero  
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotelaría) / Eduardo Santamaría (Business Travel) / Marta Ruiz (Extras) / Miguel Praga (Gestión) / Santiago Larrodera (Suplementos) / Andrea Piliar Bulla (Reuniones) / Nora Cámara (Fotografía) / Josep Marqués (Opinión) / José Soria (Indicadores), María Antonia Martín (ConsulTORIO Profesional) / José Ignacio Samper Montes (Arte e Ilustración) / Enrique Arenós Quique (Humor)

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

**NEXO**  
editores s.a.

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

Director de Desarrollo y Publicaciones: José Arquero Hidalgo  
Director Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña  
Director Jurídico del Grupo NEXO: Santiago Moratal  
Director de Informatización y de Procesos: José Miguel Candel

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

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

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

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

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

© Copyright NEXO EDITORES SA y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

Deposito 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**

## Agencias: ¿...y el día D+1, qué?

LA TEMPORADA ENTRA EN SU RECTA FINAL. En la primera quincena de agosto *todo* el pescado estará vendido. Aunque lo de *todo* no venga al caso. Tras una reducción de la oferta (este verano se ha puesto entre el 10% y el 20% menos de producto en el mercado), el dato que más inquieta es cuánto caerán las ventas y, lo que es aún más importante, cómo quedará el margen neto de las agencias de viajes emisoras.

La primera conclusión, a la vista de la evolución de las reservas, es que la anunciada *debacle* del emisor español no se ha producido. La contracción de las ventas se ha mantenido en términos menos malos que el conjunto del consumo. Pero esta habrá sido uno de los peores temporadas de verano que se recuerden, pese a que el repunte de principios de junio, revelado por este periódico, confirmara que *existía demanda*, aunque débil.

El axioma de que los españoles han interiorizado el gasto en vacaciones como de primera necesidad, y no como un lujo, tantas veces repetido desde la opinión de NEXOTUR (y que el secretario de Estado de Turismo ha hecho suyo), se ha cumplido. Pero la dureza de la crisis ha cambiado los hábitos de conducta de los consumidores. Aunque hay que esperar a los resultados de la próxima encuesta Familitur, que elabora el Instituto de Estudios Turísticos (IET), puede adelantarse que no pocos españoles han pasado de comprar sus vacaciones en agencia, salir por libre en su automóvil o reservar directamente hotel y transporte, a hacer un uso intensivo de la segunda residencia, volver de vacaciones al pueblo o frecuentar las casas de familiares y amigos.

Aunque la coincidencia sobre los perniciosos efectos de la guerra de precios es algo generalizado, cabe reiterar una consideración que aventuraba al inicio de la temporada el equipo de coyuntura de este periódico. La sustancial rebaja de los precios y la cainita guerra de ofertas han estimulado la demanda y, en parte, han salvado este verano.

Hay que constatar, ahora que todos parecen olvidarlo, que pese a la pretendida capacidad de Internet para facilitar la venta *online*, sólo la excepcional flexibilidad y la profesionalidad de los agentes de viajes posibilita el milagro de canalizar la comercialización, en este exiguo lapso de tiempo, de un volumen tan ingente de producto.

A partir de septiembre, cuando los cierres a la francesa de algunas agencias y proveedores nos recuerden la extrema dureza de la actual crisis, el Sector habrá de reflexionar sobre su futuro. En una acertada síntesis del presidente de AEDAVE, la gran pregunta del agente será: "¿...y el día D+1, qué?".

Urge hacer una reflexión colectiva y profunda acerca de las estrategias posibles y convenientes para afrontar mejor el día después de la crisis. Aunque lo que ahora importa es la supervivencia de cada empresa, el conjunto del Sector ha de adquirir perspectiva para poder ver más allá y, aplicando un término propio de la estrategia militar, reflexionar sobre "el aprovechamiento del éxito". La clave hoy es sobrevivir, pero hay que trabajar para hacerlo en las mejores condiciones. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**El conjunto del Sector debe ponerse por encima del duro día a día, para reflexionar de manera rigurosa sobre qué han de hacer los agentes para gestionar bien la salida de la crisis**

### ▲ check-in / AEDAVE

#### Qué hacer después de la crisis

Lo sustancial no es qué va a pasar tras esta durísima temporada estival, sino tras el verano de 2010. Será entonces cuando la crisis haya tocado fondo, y los brotes verdes sean una realidad, y no un mero espejismo o sólo la expresión de un ferviente deseo.

Pese a que resulte exasperante, ante la acuciante situación del durísimo día a día que sufren muchas agencias, es necesario hacer un ejercicio colectivo de prospectiva en el Sector, que permita al agente de viajes adelantar el futuro y enfocar de manera realista las estrategias más convenientes a aplicar.

AEDAVE y el Grupo NEXO trabajan ya en un seminario sobre el "día D+1", cuyo objetivo es analizar lo que ocurre, reflexionar en voz alta y alcanzar conclusiones que ayuden a preparar la agencia ante la salida de la crisis económica que hoy sufre.

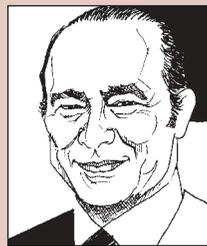
Un seminario en el que no participarán consultores de manual ni agoreros interesados, sino empresarios y profesionales capaces de sentarse a analizar lo ocurrido y reflexionar sobre escenarios previsibles para el Sector, con realismo, partiendo del sentido común, y evitando caer en los habituales ejercicios de voluntarismo y de catastrofismo.

NEXOTUR, que ha acompañado al emisor español durante los últimos 20 años, que es tanto como decir que desde su adolescencia a su madurez, se volcará en este prometedor seminario de AEDAVE.

Se trata de saber qué hacer, y que no, para que los supervivientes (que, pese a los agoreros, serán la gran mayoría de agencias), estén en la mejor disposición posible para afrontar adecuadamente el futuro, necesariamente diferente, que nos aguarda.

### ★ personaje de la semana / Antonio Vázquez

El nuevo presidente de Iberia (ex presidente de Atadis) es un experto en fusiones, al igual que el consejero-delegado lo es en valoraciones, y ambos tienen el mandato de Caja Madrid de culminar la fusión con British Airways,



Su perfil facilitará que la cúpula de la aerolínea británica sea quien asuma el protagonismo del grupo resultante, desbloqueando así el proceso de fusión, con lo que Caja Madrid confía hacer caja ante la necesidad de liquidez.

### ★ la chispa / Quique



### ▼ check-out / IBERIA & BRITISH

#### ¿Fusión o huida hacia adelante?

Iberia afronta, ahora sí, la pretendida fusión con British Airways, que será una "fusión entre iguales" al estilo de la de Clickair y Vueling, que fue en realidad una absorción pura y dura de la segunda. Claro que, según Iberia, lo de Vueling y Clickair no pudo ser una absorción, ya que (para eludir a Competencia) Iberia negó reiteradamente que controlara su compañía *low cost*, pese a que era filial *de facto*.

En este juego de medias verdades (por no hablar de completas mentiras) cabe enmarcar la nueva fusión "entre iguales" que tan osadamente pretendía Iberia, hasta que enarblando el lastre del plan de pensiones de British Airways, llegó a plantearse la utopía de que (la dirección) de Iberia fuese dominante en el grupo resultante.

En línea con la manipulación informativa en que Iberia ha convertido su política de comunicación, está la pintoresca "dimisión" de Fernando Conte de la presidencia. ¿Cómo explicar si no que, quien cesa voluntariamente, cobre íntegramente su millonario blindaje, como si hubiera sido despedido?

Conte y su equipo, preocupados tanto o más por cómo iba a quedar la dirección de Iberia con la fusión, que sus accionistas, ha puesto en peligro con sus veleidades la necesidad de hacer caja de CajaMadrid, dando valor a la acción mediante una fusión que parece más una huida hacia adelante de unos y otros.

Conte pasará a la historia por su nefasta política comercial. Eliminó la comisión de agente, en una pirueta de contabilidad creativa, para tener que volver a comisionarle, en un error estratégico cuyos perjuicios para Iberia han sido inconmensurables.

**C**uento con el gran apoyo que supone tener una Junta formada por personas de sobrado reconocimiento / La unión del Sector es fundamental para salvaguardar nuestros intereses / En estos momentos, el Grupo Europa posee 370 agencias con 475 puntos de venta / El 'todo vale' está mermando de forma considerable la confianza de los clientes en las agencias de viajes

## «La unión del Sector es fundamental para salvaguardar nuestros intereses»

José Luis Muñoz / Presidente del Grupo Europa

Desde el pasado 8 de mayo, José Luis Muñoz es el nuevo presidente del Grupo Europa Viajes, después de que la junta directiva del grupo apostara por él en las elecciones celebradas ese mismo día. Así, Muñoz, ha asegurado que está contento, pero destaca más "la magnífica actitud del Grupo Europa". Por otro lado, la situación de crisis ha hecho que este nuevo cargo sea para él todo un reto en el que "tendremos que remar todos en la misma dirección".

**P.- ¿Cómo afronta su cargo como presidente del Grupo Europa?**

**R.-** Lógicamente con gran ilusión por trabajar en pro de nuestra Asociación, con la cautela necesaria por la incertidumbre de la situación económica actual. Además, cuento con el gran apoyo que supone tener una Junta Directiva formada por personas de sobrado reconocimiento en el Sector y que no escatimarán esfuerzos por el bien de Grupo Europa Viajes. Y también contando con un personal de gran valor, profesional y volcado en su trabajo y por supuesto, con unos asociados firmemente convencidos de que la unión en Grupo Europa, es la mejor arma para conseguir los ansiados beneficios para nuestras propias agencias.

**P.- ¿Qué expectativas se ha marcado el Grupo a comienzos de 2009?**

**R.-** Este es un año muy difícil para todo el Sector. A nivel de Grupo, la Junta que presido se ha marcado unos proyectos que han de realizarse en este año y que ya se han puesto en marcha, como son, la primera campaña publicitaria de Grupo Europa a nivel nacional, apostar más por la formación de los agentes y a nivel de Grupo, un crecimiento que pueda resultar significativo teniendo en cuenta la situación actual.

**P.- ¿Qué valoración le merece el 2008? ¿Y lo que llevamos de 2009?**

**R.-** Está claro que para las agencias de viajes fue el peor año en mucho tiempo. Las ventas decrecieron y los malos resultados llevaron al cierre de muchas agencias y sucursales. Teniendo en cuenta esto, para Grupo Europa fue positivo su índice de crecimiento de asociados, sobre todo gracias a la red de comerciales por la que se apostó, no obstante la variación en puntos de venta fue mínima pues no hay que olvidar, que la mayor parte de nuestras agencias son pequeñas, de tipo familiar y ante unos malos tiempos se opta por cerrar sucursales.

Si bien parece que en lo que llevamos de año hemos pasado lo peor, hay que decir que en estos momentos el consumo se ha para-

do de forma drástica y por lógica, la venta de viajes se ha visto muy afectada. Si a esto sumamos la necesidad de efectivo por parte de las grandes redes, nos lleva a esta política publicitaria del 'todo vale', que está mermando de forma considerable la confianza de los clientes en las agencias de viajes.

Están dando una imagen equivocada, en vez de presentar a las agencias como profesionales, como buenos asesores, están haciendo de nuestro Sector un mercadillo de 'todo a cien', ofreciéndole al cliente sólo precio y como

es lógico, en detrimento de la calidad y del servicio. Esto lleva a las agencias que realmente somos asesores, a tener que trabajar más y más cada venta, mientras a otros les llega el trabajo hecho y sólo tienen que bajar el precio.

**P.- ¿Con cuántas agencias cuenta actualmente el Grupo Europa?**

**R.-** En estos momentos somos 370 agencias con 475 puntos de venta. Este año con todo lo malo que está siendo, estamos creciendo en asociados. Si bien nuestro objetivo es llegar a las 375, es posible que los puntos de venta no varíen, pues el cierre de sucursales continuará a lo largo de todo este año.

**P.- Y en cuanto a la facturación, ¿cuáles son las previsiones de venta marcadas para 2009?**

**R.-** Quien haga previsiones de venta este año, lo único que está es jugando a la lotería. Si el año pasado fue atípico, éste lo ha de ser mucho más,

*La Junta ya ha empezado a poner en marcha los proyectos previstos para este año*

*Estamos siempre a favor del asociacionismo, la unión del Sector es fundamental*



lo único que esperamos o mejor dicho deseamos, es que todas nuestras agencias sigan abiertas el próximo año y haremos todo lo que esté en nuestras manos para conseguirlo.

**P.- ¿Cuáles son las novedades en calidad y formación del Grupo?**

**R.-** En cuanto a la calidad, la estructura organizativa que hemos planteado y estamos llevando a cabo, ha de marcar un antes y un después. Este cambio lo verán nuestros asociados en muy breve tiempo y por lo que respecta a la formación, estamos realizando breves cursillos presenciales por toda España, los cuales están

teniendo muy buena acogida por parte de los agentes. También mantenemos los acuerdos a través de AEDAVE para los cursos *online* y ya están prácticamente ultimadas las próximas jornadas técnicas en Santiago de Compostela, que este año tratarán temas enfocados tanto a los directores y propietarios de las agencias, como para el personal de mostrador y administración.

**P.- ¿Cómo cree que afectará la iniciativa del Grupo Europa para luchar contra el intrusismo?**

**R.-** Creemos que es muy positiva, aunque es necesario el apoyo

de todo el Sector, para que este mal que nos afecta a todas las agencias de viajes, grandes y pequeñas, se resuelva de una vez por todas. Actualmente sólo estamos luchando por nuestros derechos. En cuanto a Turcorreos, sigue su cauce, pero estas cosas siempre son mucho más lentas de lo que nos gustaría.

**P.- Y desde el punto de vista de los proveedores, ¿qué hay que mejorar para que exista una relación menos perjudicial para las agencias?**

**R.-** La base fundamental es la igualdad de oportunidades. Es obvio que un proveedor no va a tratar igual al que le vende 10 que al que le vende 100, pero no deben olvidar que nos necesitan a todos y que todos debemos luchar en las mismas condiciones. Esto llevaría a una lucha por los clientes en base a la profesionalidad, el servicio y las garantías y conseguiría lavar la mala imagen que se está creando de nuestro Sector. Claro está que no es lo que interesa a las grandes redes, que parece que lo único que pueden ofrecer es precio, a costa de exprimir y poner contra las cuerdas a los proveedores. Tenemos que intentar que se vuelva a ver a las agencias como lo que realmente son, asesores profesionales que buscan la mayor satisfacción posible de sus clientes.

**P.- En cuanto al asociacionismo, ¿cuál es la postura que se defiende desde el Grupo Europa?**

**R.-** Lógicamente y como Asociación que somos, estamos siempre a favor del asociacionismo, la unión del Sector es fundamental para salvaguardar nuestros intereses. Además, ha de ser quien consiga hacer valer los derechos de las agencias y de los miles de empresarios y trabajadores que las conforman. Tal vez la fórmula de este conjunto es lo de menos, lo que sí es imprescindible es algo que lo aglutine todo a nivel nacional y que luche en Europa por los intereses de todas las agencias. Llevamos muchos años diciendo que el Sector está desunido y tal vez ha llegado el momento de ponernos todos a trabajar porque las agencias subsistan.

**P.- ¿Cuál cree que es el futuro del Sector de agencias de viajes?**

**R.-** En la situación actual del Sector y de todo lo que le rodea, es complicado saber qué va a pasar de aquí a unos años, pero lo que sí está claro, es que dependerá de lo que consigamos hacer nosotros mismos con nuestro esfuerzo. Hemos de ponernos a trabajar y remar en el mismo sentido, así como darle a las agencias el valor añadido de nuestra propia profesionalidad, porque la tenemos y el cliente se la merece.

**P.- ¿Cuál cree que es la problemática principal del Sector?**

**R.-** Volver a conseguir la confianza de los clientes. Es necesario lavar nuestra imagen, mostrar una vez más el interés por dar el mejor servicio, las mayores garantías y nuestro mejor saber hacer, para que, las mejores vacaciones empiecen en una agencia.

## 'Los proyectos para 2009 ya está en marcha'

**E** Los objetivos para este año ya están en marcha y creemos que podemos cumplirlos. Por un lado queremos seguir dando a nuestras agencias las herramientas necesarias para su trabajo y la consecución de sus beneficios. A parte de la campaña publicitaria conjunta de Grupo Europa Viajes, también se pondrá en marcha la

imagen corporativa del Grupo, la cual estamos potenciando. A esto hay que añadir que seguimos modernizando la Intranet y la *web* de venta *online* para nuestros asociados, así como ofrecerles en ambas el máximo de contenido posible, con nuevos módu-



© JOSÉ LUIS MUÑOZ

los y posibilidades. También apostamos por la formación de nuestros agentes y estamos efectuando una remodelación de la organización interna del Grupo, que aporte más eficacia al trabajo realizado y que junto a las nuevas tecnologías simplifique y agilice la tramitación de las quejas de las agencias hacia los proveedores, al mismo tiempo que nos sirva como valoración de los mismos a la hora de contratar. En definitiva, en este primer año de mandato, se trata de continuar con el buen hacer de Grupo Europa hacia sus asociados, mejorando los puntos débiles que se tenían.

# escaparate

## Las 'low cost', utilizadas por el 52% de los viajeros

Según datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), de los más de 5,1 millones de pasajeros internacionales llegados por esta vía, cerca del 52%, viajó en compañías aéreas *low cost*. **Pag. 32**



## El 'paquete' turístico se encarece un 3,5% en junio

Tras su drástica caída en el pasado mes de mayo, en el que se abarató un 8,4%, el 'paquete' turístico recupera su tendencia alcista. En concreto, el precio de este producto turístico aumenta un 3,5%. **Pag. 6**



## El avión y el AVE reciben menos pasajeros en mayo

En mayo, un total de 161,5 millones de españoles ha realizado algún desplazamiento. Esta cifra supone un descenso del 3,2% respecto a 2008. El avión y el AVE pierden pasajeros respecto al pasado año. **Pag. 9**

## ■ Prontuario

### Escapada veraniega

**A** PENAS CUATRO HORAS de avión nos separan de uno de los destinos imprescindibles para los próximos meses. Suecia durante la época veraniega es un paraíso verde lleno de luz y de vida, en continuo movimiento y con un sinfín de posibilidades de ocio entre las que elegir. Sus principales ciudades, Estocolmo, Gotemburgo y Malmo son ideales para perderse durante unos días y aprovechar todas las oportunidades que nos ofrecen; una gastronomía innovadora, tiendas de moda y diseño y sobre todo, su indiscutible encanto.



© MARGARETA GUSTAFSSON

Estocolmo es una de las ciudades más deslumbrantes de Europa, construida sobre 14 islas y con un archipiélago de más de 24.000 islas, islotes y cayos. Hecha eminentemente para caminar y pasear por sus calles, descubriendo todos sus rincones ocultos, no puedes perderte la actividad veraniega en los bares de moda, ni dejar de comprar en cualquiera de las firmas nacionales e internacionales de moda y diseño que encontrarás en sus calles.

Gotemburgo es la segunda ciudad de Suecia y además de una gran oferta de tiendas, diversión y gastronomía de primera categoría, con varios restaurantes galardonados con estrella Michelin, durante los últimos años ha emergido como centro cultural y deportivo. No te puedes ir sin visitar el Museo de Arte de Gotemburgo, el Museo de Diseño Röhsska o el innovador Museo de la Cultura Mundial.

Malmö, con su playa en el centro de la ciudad, sus plazas llenas de restaurantes, cafés y bares y sus calles con atractivas tiendas, te propone la mezcla perfecta entre una ciudad pequeña y una gran urbe. Su festival de verano tiene más de 900 horas de espectáculo gratuito con todas las calles de la ciudad prodigando música, danza y teatro.

© Margareta Gustafsson es directora de VisitSweden.

# FEAAV denuncia a RifJet por intrusismo después de dejar en tierra a 1.500 clientes

La Federación aconseja que se verifique la legalidad de las entidades que ofertan servicios turísticos

FEAAV continúa combatiendo cada caso de intrusismo que afecta al Sector de agencias. La Federación presidida por Rafael Gallego ha de-

nunciado a la *web* de viajes RifJet, que el pasado 27 de junio dejaba en tierra alrededor de 1.500 clientes. Por otra parte, el presidente de

FEAAV pide "mayor rigurosidad a los medios de comunicación", ya que "no hay que llamar agencia de viajes a algo que no lo es".

FEAAV destaca la importancia de asegurarse de la legalidad de las agencias de viajes a la hora de contratar servicios turísticos, ya que sólo las agencias legalmente constituidas garantizan los derechos del consumidor. Por ello, la Federación ha denunciado un nuevo caso de intrusismo, esta vez ha señalado las



Rafael Gallego

malas prácticas de la *web* RifJet que el pasado 27 de junio dejaba en tierra a 1.500 consumidores.

"Cada caso de intrusismo que detectamos, lo denunciamos, aunque el seguimiento de que no se vuelva a repetir es obligación de las autoridades", apunta. Además, añade

exhaustivamente los casos que aparecen en la Red, que son bastantes".

Esta *web*, que oferta 'paquetes' turísticos y carece de licencia de agencia, dejaba en tierra a los clientes que habían contratado con ella los vuelos chárter a Marruecos y a Nador. El problema se producía cuando los usuarios fueron a reclamar este contratamiento y no pudieron contactar con los responsables de esta página. Por estos motivos, des-

de FEAAV se hace un llamamiento para que se verifique la legalidad de las entidades que ofertan servicios turísticos. En este sentido, Gallego especifica que algunos medios han clasificado, en el titular, a RifJet como agencia de viajes. Por este motivo les solicita "mayor rigurosidad" y que "no llamen agencia a empresas que no están legalmente constituidas como tales, ya que da mala imagen a las que sí lo son".

# El BSP de IATA cae un 24% en junio, con un descenso del 22% en la producción nacional

Las cifras de la producción del BSP de IATA España en junio continúan registrando porcentajes negativos en todos los destinos, en línea con los meses anteriores, aunque el periodo vacacional ha influido en un menor descenso en los resultados. Por este motivo, de mayo a junio las cifras han experimentado un mínimo repunte en todos los destinos, por tanto la producción total ha pasado de una caída del 31% a una del 24% (385 millones de euros).

En el sexto mes de 2009 se ha registrado un descenso del 22% (118.571 millones de euros) en la producción doméstica, dos puntos menos respecto a mayo. En la misma línea, el mercado internacional alcanza los 266.752 millones de euros, con un -26%, lo que se traduce en una mejoría en ocho puntos.

El mercado de producción que más mejora es el americano con un -26%, recuperando así 12 puntos con respecto a la tasa interanual de 2008. Asimismo, los demás destinos han frenado su caída en seis (Europa y África) y siete puntos (Extremo Oriente). A pesar de ello, a excepción del mercado africano con un -4%, los destinos europeos registran un descenso menos pronunciado con un -23%.

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

Aeroplano	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN		
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE					
VENTAS	101,48	17,34	114,29	30,56	266,75	151,7	385,32	369,33	
%	-23%	-4%	-26%	-28%	-26%	-22%	-24%	-24%	

## Producción BSP Acumulada de Enero a Junio de 2009

Aeroplano	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN		
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE					
VENTAS	489,88	83,74	581,44	144,02	1.323,85	601,74	1.925,60	1.829,58	
%	-27%	-10%	-31%	-35%	-29%	-25%	-28%	-28%	

Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

## A Alemania y EE UU les gusta el turista español

Los viajeros españoles son los preferidos en Alemania y EEUU. Expedia ha presentado los resultados del estudio 'Best Tourist 2009', que determina el mejor turista a escala mundial. Los japoneses (con 71 sobre 100 puntos) son los más valorados a escala global. Junto a éstos, británicos, canadienses, alemanes y suizos ocupan las primeras posiciones del ranking.

## Ligera mejoría para los aeropuertos mexicanos

Tras el desplome experimentado por los aeropuertos mexicanos en mayo, periodo en el que recibieron un 50% menos de pasajeros, en junio se mitiga la caída. Concretamente, por efecto de la gripe A, el tráfico de pasajeros aéreos registra en dicho mes un descenso del 28,4%. En el mes de junio, los aeropuertos del país han recibido un total de 1,10 millones de personas.

## Aragón apuesta por la calidad en el Turismo

El consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, señala que la calidad es el "caballo de batalla" del Sector Turístico y menciona que, de los más de 2.000 establecimientos relacionados con esta actividad, "sólo 104 poseen la Q de Calidad". El consejero ha manifestado que es preciso "seguir impulsando" el Turismo como Sector estratégico.

## Los viajeros de negocios optan por la autoreserva

Los viajeros de negocios utilizan cada vez más las herramientas de autoreserva para contratar sus desplazamientos corporativos, según Hotel.info. El uso de este tipo de servicio permite el ahorro de tiempo y costes para la empresa, y evita la pérdida de información entre intermediarios. Hotel.info considera que la autoreserva "es más rápida y no hay pérdidas de comunicación".

# Antonio Vázquez releva a Fernando Conte, como presidente de Iberia

Antonio Vázquez se incorpora a la compañía aérea 'con la mayor ilusión'

Antonio Vázquez es el nuevo presidente de Iberia después de que el consejo de administración de la compañía aérea lo acordara por unanimidad tras aceptar la

renuncia presentada por el hasta ahora máximo ejecutivo, Fernando Conte. Las razones de su renuncia, según Conte, han sido de carácter personal.

Fernando Conte deja la presidencia de Iberia. Asimismo, el consejo de administración ha acordado por unanimidad nombrar como presidente y primer ejecutivo de Iberia a Antonio Vázquez, antiguo presidente de Altadis, que ha sido consejero de Iberia entre 2005 y 2007. También han designado a un nuevo consejero delegado, Rafael Sánchez-Lozano, hasta ahora miembro del consejo en representación de Valoración y Control, gestora de sociedades de Caja Madrid.

"Me incorporo a Iberia con la mayor ilusión", destaca el recién nombrado presidente. De esta forma, Vázquez asegura que tuvo la oportunidad de "comprobar la excelente calidad del consejo de administración, así como de los directivos y empleados de la aerolínea".

El nuevo presidente también destaca la importancia del nombramiento del nuevo consejero delegado, Sánchez-Lozano, "en estos tiempos en que los enfoques estratégicos son tan importantes como la gestión operativa, estoy muy satisfecho de poder contar con Rafael".

### Por razones personales

La decisión de relevo en el cargo, según Conte, ha sido por razones personales, "profundamente meditaciones que trasladé hace meses al presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones". Además, añade que "no ha querido tomar hasta que mi sustituto estuviese decidido y garantizase la continuidad en la dirección de la compañía aérea". Por otro lado, "me voy

con la sensación del trabajo bien hecho y con la tranquilidad de que mi sustituto es el mejor posible", apunta ya el expresidente. En cuanto a su sucesor, Conte asegura que Antonio Vázquez "es un gran profesional y buen conocedor de Iberia que, sin duda, aportará nuevas ideas y proyectos en un momento en el que el sector aéreo y la economía mundial atraviesan la peor crisis de su historia". En su estancia en el cargo, cabe destacar, entre otros, que Conte ha llevado a cabo dos planes directores y ha participado en la fusión entre Clickair y Vueling. Sin embargo, aún queda por definir el proceso de fusión que Iberia tiene pendiente con British Airways, que fuentes de la aerolínea niegan que esté congelado, a pesar de los rumores que lo aseguran.

# España apoya la creación de una 'lista negra' mundial

El comisario de Transporte y vicepresidente de la Comisión Europea, Antonio Tajani, destaca el apoyo del Gobierno español a la creación de una 'lista negra' mundial de compañías aéreas peligrosas durante su presidencia de turno de la Unión Europea en el ejercicio 2010. Tajani señala que "fortalecerá" la posición de los 27 en la cumbre de seguridad aérea que se celebrará en marzo de 2010 en Montreal.



Antonio Tajani

En este sentido, el responsable de Transporte y vicepresidente del Ejecutivo comunitario matiza que la propuesta europea de crear una 'lista negra' de aerolíneas a nivel mundial no va dirigida contra las compañías aéreas, sino que "es en favor de los pasajeros mundiales". Asimismo, Tajani ha valorado positivamente la existencia de una lista en Europa, ya que "ha conseguido

que las aerolíneas que operan en el continente cumplan con unos requisitos mínimos de seguridad, y por lo tanto, sea fiable volar".

En cuanto al accidente de la compañía aérea de Yemenia, que se precipitó en el Índico con 153 pasajeros a bordo, y al del AF 447 de Air France, con 228 víctimas, Tajani lamenta que "a pesar de las reglas necesarias para volar" la Unión Europea "no puede evitar tragedias", achacando los accidentes a "errores humanos y de máquina".

Tal y como adelantaba NEXOTUR, la Comisión proponía hace varias semanas a la Organización de la Aviación Civil Internacional (ICAO) la creación de una 'lista negra' mundial de aerolíneas peligrosas como la que ya existe en la Unión Europea. Esta posibilidad se barajaba tras el accidente de avión de Yemenia Air.

# El inicio de la temporada de verano eleva el precio del 'paquete' turístico un 3,5% respecto a mayo

En comparación con junio del ejercicio precedente, el precio del viaje organizado experimenta un incremento del 0,9%

El viaje organizado vuelve a encarecerse. Tras su drástica caída en el pasado mes de mayo, en el que se abarató un 8,4%, el 'paquete' turístico recupera su tendencia alcista.

En concreto, el precio de este producto turístico aumenta un 3,5% respecto al pasado mes de mayo, según datos facilitados por el INE. El Turismo y hostelería, sector que engloba

agencias de viajes, alojamientos turísticos y restaurantes, registra una ligera subida intermensual del 0,5%, mientras que su variación interanual ronda el 1,7%.

Comienza la temporada de verano y, pese a la tan criticada guerra de ofertas llevada a cabo por algunas de las grandes redes, el precio del viaje organizado aumenta. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), los 'paquetes' turísticos comercializados por turoperadores y minoristas en el mercado español se encarecen un 3,5% respecto al pasado mes de mayo. Esta tendencia poco tiene que ver con la del pasado mes de mayo, periodo en el que el viaje organizado se abarató un 8,4%. Comparando el precio de este producto en junio con el del mismo mes de 2008, se aprecia un ligero incremento del 0,9%.

El Turismo y hostelería, sector que engloba agencias de viajes, alojamientos y restaurantes, regis-

tra una ligera subida intermensual del 0,5%, mientras que su variación interanual ronda el 1,7%. En el caso de los alojamientos, su precio aumenta un 2,7% respecto al pasado mes de mayo, mientras que el de restaurantes, bares y cafeterías se mantiene estable. Por Comunidades autónomas, el incremento ha sido generalizado, a excepción de Murcia, región en la que los productos turísticos se abarataron un 0,5%.

### Mínimo histórico

El Índice de Precios al Consumo (IPC) sube en el mes de junio cuatro décimas respecto al mes anterior, pero baja una décima en tasa interanual, situándose en el -1%. De este modo, la inflación interanual

alcanza un nuevo mínimo histórico, tras encadenar su undécimo descenso consecutivo. En concreto, desde el año 1961, en el que se inicia la serie histórica del IPC, nunca se había experimentado una tasa interanual tan negativa de crecimiento de los precios.

Los grupos que repercuten de forma positiva en el índice general son el transporte, cuya tasa es del 2,2%, debido a la subida de los precios de los carburantes y lubricantes, las bebidas alcohólicas y el tabaco, la vivienda y el ocio y cultura —del que forman parte las agencias de viajes y turoperadores—. Del mismo modo, los sectores que repercuten negativamente son los alimentos y bebidas no alcohólicas y el vestido y calzado.



El viaje organizado es un 0,9% más caro que en junio del pasado ejercicio.

# Travel Advisors lanza el sistema SIRTA para que los clientes corporativos de las agencias asociadas realicen sus reservas

Travel Advisors ha lanzado el sistema SIRTA para que los clientes corporativos de las agencias de viajes asociadas busquen y realicen sus reservas. La herramienta permite acceder a 600 aerolíneas, 60 *low cost* y a ofertas de cadenas y compañías de alquiler de coches.

El Sistema Integrado de Reservas Travel Advisors (SIRTA) está diseñado para el viajero de negocios y

supone una "gran ventaja" para los agentes especializados, porque la herramienta "ahorrará cantidad de tiempo puesto que es el propio cliente quien realizará todo el trámite de la búsqueda, reserva y emisión, encargándose la agencia de la confirmación", señala el presidente de Travel Advisors, Javier Muñoz. SIRTA permite a la empresa cliente comparar en función del criterio que

seleccione, en cuanto a fechas, horarios y precios, entre las ofertas intercaladas de las compañías aéreas tradicionales y de las *low cost*.

## Reservar en todo el mundo

Asimismo, el sistema permite buscar, comparar y reservar en los hoteles de todo el mundo, y compañías de alquiler de automóviles. En definiti-

va, "se puede 'fabricar' una reserva que integre varios productos con un solo localizador", ha indicado el director general de Travel Advisors Guild (TAG), José Vallecillo. Además, la herramienta integra el sistema en las *web* de la empresa cliente y de las agencias TAG. Por su parte, la aplicación Business to Customer (B2C) entre el viajero de negocios y la agencia especializada se realizará bajo la

marca WebinHouse, certificada por Amadeus. Finalmente, SIRTA ofrece información complementaria, como aeropuertos y aviones, y la funcionalidad Gestión de Empresas Corporate, a través de la cual la agencia puede llevar a cabo gestiones de los perfiles de los viajeros, informes y estadísticas para futuras estrategias comerciales, administración de clientes y sistemas de fidelización.

## Intermundial crea una póliza para organizadores de congresos

Intermundial Seguros ha creado una póliza dirigida a las empresas organizadoras profesionales de congresos (OPC), tras un proceso de investigación en el mercado, y que supondrá, según ha señalado, una garantía profesional y un distintivo de calidad ante los clientes debido a la desorganización de esta actividad.

"La dilatada experiencia de Intermundial en el Sector Turístico nos permite identificar a la perfección las diferencias existentes entre éste y el de las OPC", afirma el consejero delegado de la compañía, Manuel López. Por ello, "al profundizar en la actividad de las organizadoras de eventos, determinamos como fundamental desarrollar un seguro de responsabilidad civil profesional específico para su actividad, inexistente hasta la fecha", añade.

Este seguro, denominado OPC SURE, ha sido diseñado para las OPC, y se caracteriza por garantizar estrictamente su actividad, "muy diferente a la de las agencias", según indican desde Intermundial. "Algo que puede parecer simple, es uno de los errores más cometidos en este tipo de productos, a veces no profesionalizados", esgrimen. Desde Intermundial destacan que la cobertura de los daños sobrevenidos se extiende a todo el mundo, y no solo a España, por lo que el seguro "cumple muy holgadamente" con las prescripciones legislativas de aquellos ámbitos territoriales donde ya se ha regulado la obligatoriedad de la certificación de este seguro para ejercer la actividad de OPC.

## Razones para su creación

Según Intermundial, "las OPC han evolucionado de forma muy próspera, y en ocasiones el Sector ha crecido desordenadamente, lo que ha llevado a muchos a desconfiar de su profesionalización. Un medio para luchar contra ello es la existencia de la garantía profesional que proporciona la Póliza OPC SURE, utilizada como un distintivo de calidad. La actividad de las OPC lleva consigo un alto riesgo en lo que respecta a la responsabilidad civil, por lo que el seguro se convierte más que en importante, en necesario".

todos nuestros pasajeros viajan en ventanilla

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, La Habana, Bogotá, Lima, Quito, Guayaquil, Santa Cruz de la Sierra y próximamente, México D.F. 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**

## La OMT debatirá sobre crisis y la sostenibilidad

La tercera edición de la III Cumbre Ministerial de la Organización Nacional del Turismo (OMT), que se celebrará el 10 de noviembre en Londres, en el marco de la feria WTM, servirá para abordar, entre otras cuestiones, los efectos de la crisis económica en el Turismo. El encuentro pretende asimismo ser marco de discusión de soluciones encaminadas a superar los retos actuales.

## Poner reclamaciones en país de origen o de destino

Los pasajeros afectados por la cancelación de sus vuelos intracomunitarios podrán reclamar, en caso de que la compañía aérea no les quiera indemnizar, tanto en los tribunales del país de salida como en los del destino, según ha dictaminado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. La normativa prevé que, en caso de cancelación, los pasajeros deberán recibir entre 250 y 600 euros.

## Extremadura 'lucha por la desestacionalización'

La consejera de Cultura y Turismo de Extremadura, Leonor Flores, señala que "se debe luchar por desestacionalizar el Turismo". Además, destaca el papel del Turismo de negocios dentro del Plan de Acción 2009. Dicho plan contempla la puesta en marcha de los palacios de congresos, junto a los que están en proyecto, unido a una red empresarial "diversa y de calidad".

## FOEG colabora con las empresas de Cataluña

La Federación de Organizaciones Empresariales de Girona (FOEG) presenta un decálogo con medidas para "garantizar la competitividad de las empresas". Su presidente, Jordi Comas, asegura que para el desarrollo empresarial de Girona es "urgente" ejecutar las infraestructuras y garantizar que el dinero inyectado a los mercados financieros "llegue a empresas y familias".

# Torres: 'Catai ha puesto énfasis en los mercados internacionales'

'Para nuestros productos es necesario el papel de intermediario de las agencias'

En tiempos difíciles para el Sector, la directora de Catai Tours, Matilde Torres, opta por ofrecer a los clientes un valor añadido en cada uno de sus viajes.

Por esta razón, asegura que "las agencias de viajes como establecimiento tienen que dejar de lado la concepción de tienda y convertirse en asesoría".

Desde todos los segmentos del Sector se están llevando a cabo iniciativas para paliar los efectos de la crisis. Concretamente, desde Catai Tours se han ofertado nuevos productos, con un valor añadido, "que han tenido una buena acogida", apunta su directora general, Matilde Torres. Además, durante este año se está haciendo "un especial énfasis en los mercados internacionales", concretamente en la India e Iberoamérica, así como intensificar "nuestra presencia en otros mercados con la finalidad de compensar la retracción de las ventas".



Matilde Torres

lugares diferentes, entre los que destaca Asia, ya que "reúne las características de exotismo, cultura con unas raíces profundas y calidad de servicios". De hecho, este continente "está funcionando muy bien este año", recalca.

"El papel de la agencia es fundamental para Catai", apunta Torres, "ya que para nuestros productos es muy necesario su papel de intermediario". A esto añade que Catai "está cada día más cerca de las agencias para establecer acciones promocionales conjuntas con el objetivo de difundir los viajes y penetrar más en el mercado".

En esta misma línea, Torres asegura que Catai se dirige a un público más amplio que se decanta por conocer

La máxima representante del turoperador indica que "las agencias como establecimiento tienen que

dejar de lado la concepción de tienda y convertirse en asesoría que gestione el conjunto de viajes de cada uno de sus clientes". Este cambio beneficia a ambas partes, y se convierten en "uno de los grandes retos para las agencias de viajes", subraya la directora de Catai.

La dificultad que se plantea Torres es que las agencias deberán de tener la misma información del viaje que el cliente, adaptarse a las nuevas tecnologías y saber seleccionar la información disponible en los distintos soporte. Además, "siempre y cuando la agencia cree un valor para el cliente, tendrá futuro", pero ampliando su marco de acción "no sólo en los elementos tradicionales de viaje sino también en componentes de ocio tanto culturales como lúdicos", explica Torres.

## Un 9% menos de pasajeros en los aeropuertos españoles

Los aeropuertos españoles han recibido 86,3 millones de pasajeros durante el primer semestre, lo que supone un descenso interanual del 13%, según los datos de AENA. Durante dicho periodo, el número de operaciones disminuye un 13%, situándose en 1,05 millones.

Analizando junio, cabe destacar que se mitiga la caída de los meses precedentes. En este periodo, el número de pasajeros se reduce un 8,8%, hasta los 17,6 millones de viajeros, con un total de 200.000 vuelos operados, un 12,2% menos que en el mismo mes de 2008. De éstos, aproximadamente 10,8 millones corresponden a vuelos internacionales —un 8,6% menos— y 6,7 millones a trayectos nacionales —un 9% menos—.

Por aeropuertos, Barajas vuelve a situarse a la cabeza, con 4,2 millones de pasajeros, un 5,6% menos que el pasado ejercicio. El aeropuerto de Palma de Mallorca, con 2,59 millones de pasajeros (-4,8%), desplaza a la tercera posi-

ción a El Prat, que experimenta una caída del 11%, recibiendo 2,5 millones de pasajeros. Málaga alcanza 1,1 millones de viajeros, un 8,7% menos; mientras que Alicante registra un descenso del 3,7%.

### Emisiones controladas

Las aerolíneas que operen en España deberán presentar un plan de control de emisiones de efecto invernadero, especialmente de CO<sub>2</sub>. Con dicha enmienda, introducida por el Senado en la Ley del Mercado de Valores, se pone en marcha el control de emisiones para el sector aéreo, que entrará en vigor en 2011. Las aerolíneas deberán presentar antes del 31 de agosto de 2009 ante el Ministerio de Fomento una propuesta del plan de seguimiento de las emisiones de CO<sub>2</sub>. Una vez entregada, será el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino quien deberá aprobar los planes de seguimiento antes del 31 de diciembre de 2009.

# Comienza a operar la nueva Vueling después de culminar su fusión con Clickair, que ha durado un año y medio

La 'low cost' estará controlada por Iberia, que, tras la exención sobre el lanzamiento de una OPA, contará con un 45%

La nueva Vueling ha empezado su actividad de manera oficial después de un año y medio de negociaciones para fusionarse con Clickair. La aerolínea presidida por Josep Piqué,

estará controlada por Iberia, que tras la exención del lanzamiento de una OPA sobre su totalidad, participará en un 45%. Con sede en Barcelona, esta compañía aérea de 'bajo

coste' contará con un total de 35 aviones Airbus A320, que operarán 92 rutas en 45 aeropuertos, en 17 países de Europa y Norte de África bajo el código 'VY'.

Ya ha despegado oficialmente la nueva Vueling, tras culminar un proceso de fusión que ha durado más de un año y medio. "El 9 de julio se procederá a la integración de las operaciones de Clickair en Vueling, con lo que se implementará la nueva compañía aérea", aseguraban fuentes de ambas aerolíneas. Aunque admiten que "probablemente quedarán unos pocos asuntos pendientes".

Con sede en Barcelona, esta compañía aérea de 'bajo coste' contará con un total de 35 aviones Airbus A320, que operarán 92 rutas en 45 aeropuertos, en 17 países de Europa y Norte de África bajo el código 'VY'. De esta manera, se situará como la primera aerolínea del aeropuerto de Barcelona-El Prat, la tercera aerolínea en aeródromos es-

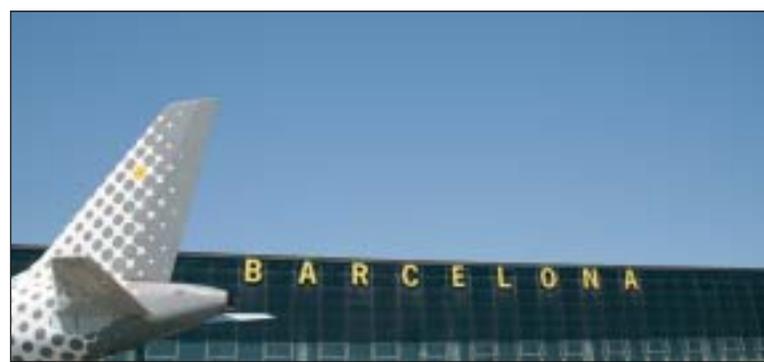
pañoles tras Iberia y Ryanair, así como la cuarta *low cost* de Europa por número de pasajeros, que en un año completo de operaciones deberían alcanzar los 11 millones. En su primer día, operará 263 vuelos, en 71 rutas y transportará a más de 40.000 pasajeros, el 70% desde El Prat.

Vueling estará presidida por Josep Piqué, mientras que el director general de Clickair, Alex Cruz, ocupará el cargo de primer ejecutivo. Por otra parte, la nueva *low cost* estará controlada por Iberia, que, tras la exención por parte de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) sobre el lanzamiento de una Oferta Pública de Adquisición (OPA) sobre su totalidad, contará con una participación del 45%, seguida de Inversiones Hemisferio con un 14,3% y

Nefinsa con un 4,15%. El resto del capital estará repartido entre accionistas minoritarios y capital flotante.

### Buenos resultados para 2009

A pesar de la actual coyuntura, Piqué se muestra optimista, confiando en tener "alegrías" durante este 2009 y volver a los beneficios. "La nueva Vueling tiene un futuro prometedor", asegura. Es por ello que ya adelantó que esta aerolínea va a obtener resultados positivos en el presente ejercicio y confía en facturar alrededor de 800 millones de euros en 2010. Además, la compañía aérea registrará unas sinergias en ingresos de entre 40 y 45 millones de euros en un año base y un ahorro en costes de 75 millones de euros a tres años vista.



Vueling se situará como la primera aerolínea del aeropuerto de El Prat.

No obstante, la fusión también ha supuesto "ajustes" en las plantillas de ambas compañías que, según Piqué no han sido "traumáticos" porque los trabajadores necesarios son una cifra "similar" a la suma de las

actuales plantillas de Vueling y Clickair. En este sentido, CC.OO. firmaba en junio el acta del acuerdo sobre el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) de Vueling que afectó a un total de 80 trabajadores.

# UCAVE muestra su preocupación por la guerra de ofertas llevada a cabo por las grandes redes

La "agresiva guerra de precios" llevada a cabo por las grandes redes no está dejando indiferente a nadie. Tras las críticas vertidas por dos de las principales Organizaciones del Sector, AEDAVE y FEAAV, que manifestaban que estas estrategias dañan la imagen del Sector, ahora es el turno la Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE), que "considera peligroso

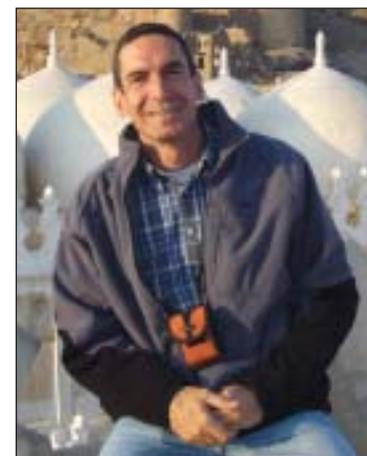
la proliferación de la política de venta basada en la captación de cuota de mercado mediante descuentos".

Tras un encuentro mantenido con grupos de gestión comercial de Cataluña —Avasa, Edenia, Europa, Gea, Over, Ret y Team Group—, en el que se ha analizado la situación que atraviesa el Sector de agencias de viajes, la Asociación presidida por Rafael Serra ha avisado del grave perjuicio

que supone esta clase de estrategias para las pequeñas y medianas agencias. En esta línea, UCAVE critica que "con el ofrecimiento de descuentos se está dando por sobreentendido que nuestros márgenes comerciales permiten estas acciones".

Por ello, tanto UCAVE como los grupos de gestión presentes consideran que es "absolutamente necesario abrir un amplio debate den-

tro del Sector que permita la racionalización de esta situación". En esta línea, la Asociación catalana asegura que "es necesario estudiar y revisar la legalidad de acciones como la venta a pérdidas —dumping—, el incumplimiento de condiciones económicas ofertadas de manera garantizada o la restricción de precios reservados a determinadas agencias de viajes".



Presidente de UCAVE, Rafael Serra.

## El transporte aéreo doméstico y el AVE reciben menos viajeros

Evoluciones negativas en la totalidad de medios de transporte nacionales. En el mes de mayo, un total de 161,5 millones de españoles ha realizado algún tipo de desplazamiento, según datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta cifra supone un descenso del 3,2% respecto al mismo periodo del ejercicio precedente.

Analizando los diferentes medios de transporte del territorio nacional, sorprende la evolución negativa del AVE Larga Distancia, que era uno de los pocos servicios que mantenía una tendencia alcista. En mayo, el AVE-Larga Distancia ha sido utilizado por poco más de dos millones de pasajeros, lo que representa una disminución interanual del 0,1%. Esta caída, sumada al comportamiento negativo de los trenes de Cercanías, provoca que el ferrocarril cierre el mes transportando un 2,5% menos de viajeros en España, rozando los 50 millones.

Pese a perder pasajeros, la carretera mantiene su supremacía en el territorio nacional, siendo utilizada por 107 millones de españoles en mayo. Esta cantidad es un 3,2% inferior a la del mismo mes del ejercicio precedente. Todos los servicios experimentan evoluciones negativas, siendo la del regular especial laboral y la del discrecional las más acentuadas, un 9,7% y un 12,2%, respectivamente.

### Drástica caída del avión

El avión sigue teniendo poco peso en los desplazamientos internos. Concretamente, durante el pasado mes de mayo, este medio transportó 3,1 millones de personas. Esta cifra supone un descenso del 13% respecto al mismo mes del pasado ejercicio. Entre los factores que han provocado esta tendencia bajista cabe destacar la reducción de la capacidad de las compañías aéreas, así como la competencia del AVE en algunos trayectos.

El transporte marítimo ha sido utilizado por 684.000 personas en el mes analizado por el INE. Este medio registra una tasa negativa del 5,5% respecto al mismo periodo del ejercicio precedente.

© 2009

un japonés

un mexicano

un italiano

un español

En la variedad está el gusto.  
RESTAURANTES TEMÁTICOS  
By RIU

### La mejor cocina del mundo, en RIU

¿Qué tienen en común un italiano, un mexicano, un español y un japonés? Que todos ellos saben deliciosos en RIU. En nuestros restaurantes se unen la calidad, la variedad y un exquisito servicio, para ofrecerle lo mejor de la cocina internacional y lo último en cocina de fusión, donde se mezclan sabores de diferentes países. ¡Buen provecho!

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

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

**RIU**  
Hotels & Resorts

Déjese mimar

## México podría volver a la normalidad este año

México podría "volver a la normalidad antes de que finalice el año". Así lo confirma el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, quien constata que los viajes a este destino "han comenzado a recuperarse en junio". Maciñeiras confirma que, "tras la cancelación masiva de los viajes durante el mes de mayo por la gripe A, los turoperadores han comenzado a reactivar este destino".

## El campo de golf no será de interés turístico en Málaga

Los campos de golf de la provincia de Málaga rehúyen la posibilidad de ser declarados de interés turístico. Según explica el presidente del Consejo de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Miguel Sánchez, ningún campo de la provincia ha presentado su solicitud, ya que la situación económica no invita a los empresarios a presentar proyectos de esta índole.

## Baleares generará casi 2.000 empleos en el Sector

Baleares generará cerca de 2.000 empleos en el Sector gracias a las actuaciones que se llevarán a cabo en establecimientos y alojamientos turísticos con parte de los fondos que se contemplan en el Plan Renove de Turismo. Además con la ampliación de éste el archipiélago se ha convertido en la primera Comunidad en concesión de créditos por un importe de 112,6 millones de euros.

## El mercado de reuniones de Galicia crece en 2008

El mercado de reuniones ha generado un impacto económico de unos 54 millones de euros en 2008, según los datos de TurGalicia que ha facilitado el director de Palaxco, Enrique Pena, quien considera imprescindible la mejora de las comunicaciones para crecer. Pena ha indicado que, concretamente, se celebraron en Galicia unos 1.000 eventos con la participación de unas 100.000 personas.

# AEVISE cree que la base de Ryanair en Sevilla no podrá 'beneficiar a nadie'

Távora advierte de los riesgos de que la 'low cost' controle las conexiones

**Ryanair apunta hacia nuevos objetivos. Tras anunciar que podría revocar su decisión de cerrar su base en el aeropuerto de Manises, la aerolínea irlandesa**

**sopesa ahora la posibilidad de aterrizar en Sevilla. Por su parte, el presidente de AEVISE, Antonio Távora, considera que su llegada "no beneficia a nadie".**

Tras la propuesta de Ryanair de instalar una base operativa en el aeropuerto de Sevilla, con el objetivo de "crear nuevas rutas y de reducir la caída del tráfico aéreo", tal y como aseguraban desde la propia aerolínea, la reacción del Sector de agencias no se ha hecho esperar. El presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), Antonio Távora, que a su vez ostenta el mismo cargo en la Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV), no se muestra contrario a la posible llegada de Ryanair al aeropuerto de San Pablo, aunque recuerda los antecedentes de la compañía aérea.

Por ello, Távora, que "respeto la oferta formulada por Ryanair", pide a la aerolínea de 'bajo coste' que "no supedita su proyecto a la concesión de ayudas y subvenciones, tal y como

ha venido haciendo en otros aeropuertos nacionales". Asimismo, el presidente de AEVISE recuerda que la aerolínea irlandesa "arrastra un largo historial de denuncias y expedientes en materia de consumo".

### Otras experiencias

Távora advierte que Ryanair ya ha protagonizado casos como el de Fuerteventura, "donde ha condicionado el papel del aeropuerto al controlar buena parte de las conexiones aéreas para posteriormente abandonarlo, dejando aislada a la isla". "Ya tenemos esta experiencia en España", sentencia. Además, el presidente de la Asociación recuerda que uno de los objetivos de la capital hispalense es potenciar "el Turismo de calidad", mientras que el cliente de Ryanair suele



Ryanair instalará una base en Sevilla.

ser de un poder adquisitivo medio-bajo, por lo que no aportaría nada en este aspecto. Como punto y final, Távora, que opina que la entrada de Ryanair "no beneficia a nadie", pide que en caso de que la aerolínea intente establecerse en Sevilla lo haga "en condiciones normales".

## Los trabajadores de Spanair en desacuerdo con su traslado

Spanair lleva arrastrando desde hace cerca de un año problemas económicos, y la adquisición del 80,1% de la aerolínea por parte de Iniciatives Empresariales Aeronàutiques (IEASA) al Grupo Scandinavian Airlines (SAS) no parece haber ayudado a su recuperación inminente. Al respecto, desde Spanair indica que la situación económica por la que está pasando la aerolínea "es mejor que hace tres meses". Y añaden que el "ruido mediático" producido por la inauguración de la T1 "nos ha dejado en una buena posición para los asuntos con los inversores". Desde el pasado 30 de abril, ambas compañías llegaban a un acuerdo de ampliación del capital de Spanair, por un importe de 100 millones de euros, de los que han sido desembolsados ya 65 millones de euros por parte de IEASA. Aunque aún falta que aporte otros 35 millones de euros al capital, que está previsto que se reali-



Ferrán Soriano

ce a lo largo de este año, según las mismas fuentes de la aerolínea catalana, "este asunto continúa igual, está en proceso", además "tenemos de plazo hasta finales de año". De hecho, "el objetivo principal es conseguir dinero para 2010 si la crisis continúa", apuntan las mismas fuentes. Por tanto, las ope-

raciones de ampliación de capital continúan y a día de hoy la compañía aérea se enfrenta a otros retos como el traslado de sus trabajadores de Palma de Mallorca a Barcelona, donde se encuentra su sede. Éstos no comparten esta decisión ni las condiciones que se les proponen. Por lo que se manifestaban el pasado 13 de julio en Palma de Mallorca después de que el Comité de Empresa rechazara totalmente la propuesta para compensar el transvase, al no contemplar ninguna medida dirigida a equiparar la retribución de los trabajadores con los sueldos de la Ciudad Condal.

# La Junta de Andalucía crea el primer Laboratorio de Inteligencia Turística dedicado a la innovación

José Antonio Griñán asegura que este nuevo proyecto andaluz evidencia 'un modo diferente de hacer las cosas'

**La Junta de Andalucía crea el primer Laboratorio de Inteligencia Turística, Andalucía Lab, una iniciativa que aspira a convertirse en un referente internacional en mate-**

**ria de innovación turística. Su desarrollo y aplicación lo llevará a cabo la Consejería de Turismo de esta Comunidad autónoma y tendrá como objetivo el generar y trans-**

**mitir conocimiento a empresas e instituciones del Sector, así como impulsar la competitividad del destino. La sede de esta iniciativa estará situado en el edificio del CINNTA.**

La Junta de Andalucía acaba de presentar el primer Laboratorio de Inteligencia Turística, Andalucía Lab, un proyecto pionero en Europa en el ámbito de innovación turística. Éste tendrá su sede en el edificio del Centro de Innovación Turística de Andalucía (CINNTA) situado en Marbella, desde donde se desarrollarán proyectos de investigación, nuevas tecnologías, prestaciones y consultorías dedicadas al Sector Turístico.

Todos estos objetivos se aplicarán a las empresas e instituciones turísticas, al igual que facilitará la reinención de productos y servicios que potencien la diversificación y calidad del destino Andalucía. Además, también servirá para impulsar una nueva cultura empresarial con capacidad permanente de adaptación,

la cualificación de empresarios y trabajadores del Sector, así como el incremento de la rentabilidad económica y social de la oferta productiva. El proyecto contará para su puesta en funcionamiento con una inversión inicial prevista este año de 1,8 millones de euros, que estarán financiados íntegramente por la Administración autonómica. Esta cifra se elevará hasta los cuatro millones de euros, que se destinarán a las obras de adecuación del CINNTA.

En cuanto a la forma de trabajo de este centro, hay que destacar que constará de cuatro espacios específicos: Research Lab, para la identificación de líneas principales, Testing Lab, que se dedicará al análisis de tecnologías implantadas en otros sectores y destinos, Demo

Lab, para la comprobación y estudio de soluciones tecnológicas, y un servicio personalizado de consultoría, Consulting Lab. Además de estas áreas, Andalucía Lab contará con sesiones presenciales y online de formación para agentes del Sector, jornadas profesionales, y presentaciones de proyectos de investigación y productos comerciales o para el desarrollo de *workshops*.

### Griñán: 'Es el momento de actuar'

Esta iniciativa, que aspira a convertirse en un referente internacional, será un buen instrumento para situar a la Comunidad a la vanguardia de la innovación dentro del Sector Turístico. Por su parte, el presidente de la Junta, José Antonio

Griñán, ha destacado que este proyecto evidencia "un modo diferente de hacer las cosas". Así, ha manifestado que ahora es el momento de actuar, adaptarse al nuevo escenario, incorporar las tecnologías, generar nuevas ideas y reinventarse para afrontar el futuro y estar preparados para cuando acabe la situación de crisis actual.

Para el máximo dirigente andaluz, el Turismo es uno de los sectores tradicionales más importantes de España y que "más ha contribuido a la generación de riqueza". A su juicio, hay que garantizar que "esto continúe así para salir en mejores condiciones de esta crisis". A esto añade que Andalucía tiene la capacidad necesaria para aprovechar la perspectivas de crecimiento de la Organiza-



El presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán.

ción Mundial de Turismo, que cifre en 1.600 millones los desplazamientos internacionales para 2020.

## Globalia junto al CPTM ayudan al destino México

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Grupo Globalia han acordado trabajar juntos en el relanzamiento de los principales destinos turísticos de México. La idea es llevar a cabo una campaña de promoción en las agencias de viajes, extensible a los restaurantes mexicanos de Madrid. Además, el CPTM agradece el apoyo "incondicional" mostrado por la industria turística española.

## Granada se promociona como destino 'gay friendly'

El nivel de gasto del Turismo LGTB (lesbianas, gays, transexuales y bisexuales) se sitúa un 30% por encima de la media. Para promocionar este nicho de mercado, el Patronato Provincial de Turismo de Granada ha celebrado las 'Jornadas Internacionales de Turismo LGTB'. Su objetivo ha sido, promocionar Granada como destino 'gay friendly' y dar a conocer a los empresarios las tendencias de este segmento.

## Salinas: 'Espero mantener la actividad congresual'

El presidente de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), José Salinas, ha afirmado que espera mantener este año la actividad congresual generada por sus recintos asociados en 2008. Además, ha destacado que la celebración de congresos se está manteniendo hasta el momento. Por su parte, su homólogo en la internacional, Edgar Hirt, propone seguir invirtiendo en los recintos.

## Despolitizar e incentivar el Turismo de Congresos

El portavoz del Grupo Popular en el Ayuntamiento de Sevilla, Juan Ignacio Zoido, ha tenido una reunión con diversas instituciones del Sector Turístico en la que ha pedido "incentivar el Turismo de congresos" en la ciudad hispalense y "despolitizar" su gestión, en la que deben estar más presentes los agentes del Sector y que los políticos se posicionen en "un segundo plano".

# FEAAV y Avvcor se posicionan en contra de la apertura de agencias de viajes de Marsans en oficinas de BBVA

El presidente de Avvcor, Rafael Benavente, considera que 'éste es un caso de intrusismo' y critica la permisividad de Turismo

Avvcor, en pie de guerra contra Viajes Marsans. La Asociación, que forma parte de FEAAV, ha interpuesto una denuncia ante la Delegación de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía en Córdoba con el objetivo de acabar con el "nuevo caso de intrusismo protagonizado por Marsans". El conflicto surgió hace aproximadamente tres meses, cuando el Grupo Marsans, que



Rafael Gallego

contaba por el momento con cuatro oficinas en Córdoba, abría dos puntos de venta "ilegales", uno "en la oficina principal de BBVA en Córdoba, situada en el Bulevar del Gran Capitán, y otra en la sucursal de Ronda de los Tejares", indica el presidente de Avvcor, Rafael Benavente. Benavente, que además es miembro del consejo directivo de FEAAV, considera que estas apertu-

ras "incumplen de forma flagrante lo establecido en Decreto 301/2002, de 17 de diciembre, de agencias de viajes y centrales de reservas de Andalucía, que no permite que una agencia de viajes que no esté totalmente aislada de cualquier negocio y no tenga entrada independiente pueda comercializar ningún producto". Si bien estas normas no tienen validez "en espacios singulares, como por ejemplo, centros comerciales, donde no sería necesario cumplir con estos requisitos". Pero, tal y como

explica Benavente, "la sucursal bancaria no es un espacio singular".

Aunque Avvcor ha denunciado el hecho, y "esperamos que el Servicio de Inspección de la delegación de Turismo realice su trabajo y que dicte la correspondiente resolución", el presidente de la Asociación ve complicado lograr el cierre de las agencias de Marsans. Según ha explicado a NEXOTUR, la Dirección de Turismo de Andalucía no ve indicios de intrusismo, considerando que "ambos espacios son edificios singulares".

El presidente de FEAAV, Rafael Gallego, ha mostrado su apoyo a la Asociación cordobesa, considerando que "han actuado amparándose en el reglamento de agencias de viajes". "Entendemos que los bancos no son espacios singulares", esgrime Gallego. En esta línea, el presidente de la Federación advierte que en otras Comunidades autónomas, como es el caso de Canarias, se han dado situaciones similares", es decir, la apertura de puntos de venta en espacios que no cumplen con la reglamentación vigente.

## Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones a [direccion-tecnica@nexopublic.net](mailto:direccion-tecnica@nexopublic.net)

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Desarrollos en Internet.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

# Nexopublic

CONSULTING

Lope de Vega, 13. 28013 Madrid. ☎ 91 369 41 00. Fax 91 369 18 39

## Un foro de formación y empleo en pro del Turismo

El Gobierno español confirma que diversos departamentos ministeriales están trabajando en la creación de un foro de formación y empleo en el Turismo para llevar a cabo su seguimiento. Así se ha pronunciado el Ejecutivo en respuesta a la intervención parlamentaria del Partido Popular por Baleares, que solicitaba información sobre las medidas previstas para mejorar las condiciones laborales en el Turismo.

## Repercusiones de la Bolkestein en Valencia

España, al igual que el resto de Estados miembros de la Unión Europea, dispone hasta el 31 de diciembre de 2009 para trasponer a su derecho interno los principios legislativos que inspiran la Directiva Bolkestein de liberalización del sector servicios. Con el objetivo de informar a los empresarios valencianos sobre esta normativa, la Cámara de Comercio organizaba el pasado 15 de julio una jornada.

## 'Villas Termales' apuesta por el Turismo sostenible

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Secretaría de Estado de Turismo acaban de lanzar la marca 'Villas Termales', para potenciar la tendencia hacia el Turismo de interior, bajo el prisma de las aguas minerales y termales. Por el momento, 101 corporaciones locales, con 110 balnearios en funcionamiento repartidos por todas las Comunidades conforman el punto de partida.

## La UITP y la EPF con los derechos de los pasajeros

El encuentro de la Asociación Internacional de Transporte Público (UITP) y la Federación Europea de Pasajeros (EPF) se saldaba con una meta común: Ofrecer un servicio de transporte público de calidad a los pasajeros, elemento esencial para ambas agrupaciones. Eso sí, desde UITP se pide que se tengan en cuenta las características concretas de cada tipo de transporte.

# Turismo y la OMT van a desarrollar iniciativas por la innovación en el Sector

El primer proyecto será una plataforma virtual de innovación turística

**El Ministerio de Turismo y la OMT ha establecido un marco de colaboración para impulsar la innovación y la difusión del conocimiento en materia**

**turística. Lo primero que han puesto en marcha es una Plataforma Tecnológica de Inteligencia e Innovación turística en Red, que desarrollará Segittur.**

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Organización Mundial del Turismo (OMT) estrechan lazos con el objetivo de promover la innovación y la divulgación sobre temas de índole turístico. El primer proyecto consensuado que desarrollará TurEspana por medio de Segittur, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras, es la instauración de una Plataforma Tecnológica de Inteligencia e Innovación turística en Red, de naturaleza público-privada.

El objetivo de esta iniciativa es maximizar el acceso, difusión e intercambio de conocimiento generado por los miembros afiliados de la OMT (aproximadamente 390 en todo el mundo) y contribuir a la mejora de la competitividad y la calidad del Sector Turístico a nivel mundial. Además, permitirá el desarrollo de una

comunidad virtual turística entre los miembros afiliados, en la que las grandes universidades, los grandes operadores del Sector y los destinos compartirán conocimiento. Por otro lado, incluirá herramientas virtuales que permitirán gestionar el intercambio de información entre grupos de trabajo y foros especializados. El acuerdo de colaboración se hacía oficial con la firma de un Memorandum de entendimiento para establecer un marco de colaboración entre ambas instituciones.

El segundo proyecto específico en el marco de este memorando es apoyar la 'International Network on Regional Economics, Mobility and Tourism' (InRoute). Un proyecto impulsado por el departamento de estadísticas de la OMT y su Secretaría de Miembros Afiliados. Con

este convenio existe la posibilidad de empezar a apoyar una iniciativa concreta de interés para ambas partes, como la próxima 'Conferencia Internacional sobre la Medición y Análisis Económico del Desarrollo Turístico en el Ámbito Regional'. Además, ambas organizaciones fomentarán la investigación, implementación y difusión de proyectos de base tecnológicos sobre sostenibilidad, medio ambiente, cooperación técnica y desarrollo, así como empleo y responsabilidad social.

Otra de las iniciativas que desarrollará Segittur junto con la OMT es el desarrollo de programas de sensibilización en innovación. El objeto de este proyecto será la creación y aplicación de nuevas herramientas tecnológicas, así como la difusión de las mejores prácticas.

# El año pasado, el Turismo de cruceros crece casi un 17%

El Turismo de cruceros muestra un hermetismo sorprendente. Mientras que el resto de segmentos turísticos ven rebajadas su cifra de negocios considerablemente, los cruceros no abandonan la senda del crecimiento, transportando año tras año mayor número de pasajeros. La posibilidad de dejar el precio cerrado antes de partir, así como el abaratamiento de este producto turístico, pueden ser, según apuntan expertos del Sector, algunas de las razones por las que este segmento muestra un comportamiento favorable.

Para hacernos una idea del tirón de esta oferta turística hay que remontarse a los resultados del pasado ejercicio, facilitados recientemente por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida. Los puertos españoles han contabilizado en el ejercicio 2008 un total de 5,8 millones de cruceristas, cifra un 16,87% superior a la registrada en 2007. Asimismo, por las costas españolas han pasado 3.612 cruceros, un 1,83% más que durante el

anterior ejercicio. Según cifras de Puertos del Estado, los del Mediterráneo experimentan un crecimiento medio del 14,5%. Estos puertos han recibido 4,15 millones de cruceristas, concentrando más del 70% de esta clase de turistas llegados a España. En esta zona destaca, especialmente, Barcelona, que por primer año supera los dos millones de visitantes, convirtiéndose en el primer puerto de Europa y quinto del mundo. Le siguen los puertos de Baleares, que superan los 1,3 millones, Málaga, con 353.000 turistas, y Valencia, con 199.000.

La gran relevancia que está cobrando este segmento turístico en los últimos años ha provocado que las autoridades portuarias le estén dando un fuerte impulso inversor. Por ejemplo, para el periodo 2009-2012 están previstas una serie de obras por importe de 290 millones de euros destinadas a optimizar las infraestructuras y 92 millones de euros para actuaciones de mejora del entorno urbano de los puertos.

# Los clubes privados de viajes se presentan como una alternativa exclusiva para la venta de 'paquetes' turísticos

En nuestro país recientemente han comenzado su actividad Viavip.es y Voyageprive.com, que operan vía 'online'

**Uno de los nuevos modelos de negocio en la venta de viajes en nuestro país es el denominado club privado. Este área de mercado propone ofertas exclusivas de 'paquetes' turísticos**

**de duración determinado para sus socios. Tanto Viavip.es, que comenzaba a operar el pasado 15 de julio, como Voyageprive.com, a finales de septiembre de 2008, son dos**

**de estos clubes privados que operan en España y sus previsiones de crecimiento para el ejercicio 2009 son buenas, según sus respectivos directores generales.**

Los clubes privados de viajes se presentan como una alternativa a las tradicionales agencias de viajes. Su reclamo es que el cliente puede formar parte de una comunidad exclusiva en la que se ofertan 'paquetes' de viajes con una mejor relación calidad-precio. NEXOTUR ha podido hablar con los representantes de dos de estos clubes que operan en España, Viavip.es y Voyageprive.com y ambos coinciden en que este modelo de negocio "atiende a las necesidades específicas del cliente".

Estos dos clubes, que poseen licencia de agencias, tienen muchos puntos en común como que sólo operan online con call center, que ofertan 'paquetes' de viajes con una duración determinada en su web y posibilidad que el cliente pertenezca a un grupo ex-

clusivo. Asimismo, los dos sostienen la misma opinión sobre cómo quieren que se les denomine, ya que no quieren que se les llame agencia, sino club, un nombre que denota mayor exclusividad. Además, aseguran que apenas hay competencia en este mercado en nuestro país y que "esta forma de comprar viajes está teniendo una buena acogida", como subraya el director general de Voyageprive.com en España, Florian Mesny.

Viavip.es se puso en marcha el pasado 15 de julio, cinco meses después de que se empezara a trabajar en su operatividad. Para su codirector general, Arturo Moreno, "las necesidades del mercado y superar la bajada en las ventas es uno de nuestros objetivos en nuestro estreno". Por otro lado, Voyagepri-

ve.com, comenzaba su periplo en España a finales de septiembre, "aunque ya lo hacía en Francia desde hace cinco años", indica su director general en España. A esto añade que "lo más importante es ofertar en los productos una relación calidad-precio alta", ya que "lo que proponemos a nuestros socios, en muchas ocasiones, son 'paquetes' de lujo".

### Las previsiones son buenas

Las expectativas de crecimiento para ambos clubes son muy buenas, según sus representantes. Así, en el caso de Viavip.es, su previsión, según Moreno, "es de llegar a finales de este año a los cuatro millones de euros de facturación y a los 20 para 2010". En la misma línea, Voyageprive.com, tie-



Voyageprive.com es uno de los clubes privados que operan en nuestro país.

ne previsto alcanzar "los siete millones de euros de ingresos en España para este año y 400.000 socios en este mismo mes de julio".

Ofrecer oportunidades diferentes al cliente con el valor añadido de la

exclusividad es uno de los estándares de este tipo de negocio. Esto crea, según ambos directivos, "un sentimiento de pertenencia a una comunidad privilegiada", con la consecuente satisfacción para el cliente.

## Organización de viajes para grupos privados



Travel Friends, agencia mayorista especializada en la gestión de viajes

para grupos privados de unas diez personas, presenta una página bien diseñada que incluye un área para las agencias, aunque no contempla las reservas *online*.

## Hoteles en la costa en la 'web' de Valentín Hotels



La página de Valentín Hotels presenta, con un diseño adecuado, la información de sus hoteles de costa y la posibilidad, sólo al cliente final, de reservar *online* estancias en algunos de sus hoteles mediante el enlace con un sistema estándar.

## Los vuelos entre Sofía y varios destinos españoles



El 'sitio' de Bulgaria Air presenta una página en castellano que facilita la información de sus vuelos desde España a Sofía y vuelta, así como la posibilidad para el cliente final de reservar *online* esos vuelos, sin gestión desde las agencias.

## Hoteles asociados en La Rioja a través de la Red



La Asociación Riojana de Hoteles presenta una nueva página *web* en la que ofrece la información de sus alojamientos y permite en algunos casos su reserva *online*, bien directamente o mediante el enlace con la *web* del establecimiento.



El horario previsto para este espacio virtual zaragozano es de 9 a 21 horas.

## Zaragoza crea su propia oficina de Turismo virtual

El Ayuntamiento de Zaragoza, a través de Zaragoza Turismo, ha creado una oficina de Turismo virtual. Con este nuevo servicio, enmarcado dentro del proyecto Zaragoza Destino 2009-2014, se pretende "facilitar al máximo la estancia del turista en la capital aragonesa, así como alcanzar una mayor accesibilidad en los servicios y productos", informan desde el Ayuntamiento. La concejala delegada de Turismo de Zaragoza, Elena Allúe, explica que se trata de una "iniciativa muy ambiciosa e

innovadora, que pone a Zaragoza a la vanguardia de los servicios turísticos que se pueden encontrar en las grandes ciudades europeas y destinos internacionales". Se puede acceder a esta oficina de Turismo a través del 'portal' [www.zaragozaturismo.es](http://www.zaragozaturismo.es). El horario previsto para la atención a los turistas será todos los días de la semana de 9 a 21 horas. No obstante, fuera de este horario, el usuario tendrá la posibilidad de rellenar un formulario y será atendido en menos de 24 horas.

## Easyviajar logra convertirse en uno de los 'portales' de referencia del Sector

El 'portal' de intermediación generó en 2008 unos 15 millones de euros

Easyviajar, 'portal' de intermediación entre agencias de viajes *online* y consumidores, cumplió el pasado mes de junio dos años en el mercado español. Su editor

y fundador, Jean-Pierre Nadir, analiza para NEXOTUR su evolución en España, así como el cambio de hábitos que han experimentado los turistas de nuestro país.

Tras su exitosa trayectoria en el mercado francés, llegando a aglutinar más de 3,2 millones de usuarios únicos y 4,5 millones de búsquedas mensuales, Easyvoyage desembarcó en España en junio de 2007. Dos años después de su lanzamiento en nuestro país, Easyviajar ha logrado convertirse en uno de los 'portales' de intermediación comercial de referencia.

Easyviajar acabó el año con más de 3,5 millones de click enviados a las agencias de viajes *online*, o lo que es lo mismo, "gracias a nuestra intermediación, las agencias facturaron unos 15 millones de euros". Así lo explica el editor y fundador de Easyvoyage y Easyviajar, Jean-Pierre Nadir, estimando que en el cómputo global de este año "esperamos enviar aproximadamente 4,5 millones de clicks a todos nuestros colaboradores".

Analizando el comportamiento del mercado español, Nadir destaca el trasvase de clientes a los 'portales' de viajes. "Más de la mitad de los españoles recurre a Internet para organizar sus vacaciones y un 38% compra sus viajes en la Red". Por destinos, "al ser el precio el factor que determine las vacaciones del 39% de los españoles, Reino Unido y Estados Unidos son los únicos receptores que evolucionan favorablemente, por la debilidad de sus monedas frente al euro".

Preguntado por la caída de la venta anticipada, el fundador de Easyviajar observa "dos tendencias bien distintas". Por un lado, "cuando hablamos de vuelos, la gente organiza cada vez con más antelación sus reservas de verano, pasando de 50 a 55 días". En lo que concierne a los 'paquetes' vacacionales, "la tendencia es inversa". "Los viajeros espe-

ran hasta el último momento, incluso hasta tres o cuatro días antes de partir, para adquirir su viaje, ya que saben que esperando podrá encontrar buenas ofertas", explica.

### Fortalezas del medio 'online'

"Tanto Internet como las agencias *online* son estructuras con un coste menor en comparación con las agencias de viajes tradicionales", esgrima Nadir, argumentando que "en tan solo un año fueron 10.000 agencias físicas las que desaparecieron en Francia". Si bien "la única barrera real del medio *online* es el miedo y la desconfianza de algunos consumidores", aunque "poco a poco están cambiando los hábitos". "Nosotros trabajamos con las principales agencias *online* y con colaboradores reconocidos que tienen sistemas de pago seguros".

## Atrápalo oferta poder viajar y pagar al regreso 'lo que al cliente le parezca justo'

Esta innovadora iniciativa está basada en 'la honestidad del cliente de Atrápalo'

Atrápalo ofrece desde el pasado 6 de julio una alternativa diferente a sus clientes en estos tiempos de crisis con el lema: 'Viaja y cuando regreses paga el precio que consideres justo'. De esta forma, y al igual que otras agencias de viajes, Atrápalo intenta incentivar sus ventas sin caer, como otras agencias, en la bajada de precios. Al respecto, uno de los socios fundadores de la *online* y también director de Marketing y Comunicación, Ignacio Sala, asegura que su misión es "hacer a la gente disfrute de su tiempo libre y ante la crisis creíamos que teníamos que realizar algo más".

De la nueva fórmula elegida, explica Sala, "se pueden beneficiar tanto los clientes habituales como los ocasionales y está basada en la honestidad de la gente". Además, "no conocemos ninguna otra iniciativa similar que se haya llevado a cabo", subraya. El proceso es muy sencillo,

"es un trato", indica el socio fundador, "que consiste en que el cliente vaya a disfrutar sin pagar nada, pero con el compromiso de que a la vuelta, si el cliente vuelve satisfecho, pague la cantidad que considere justa".

En este sentido, Sala recalca que no hay precio mínimo y que todas las ofertas son para dos personas. Además, el cliente dispone de 20 minutos para realizar la reserva desde el momento en que entra en uno de los 300 'paquetes'/destinos turísticos. Durante ese tiempo, la oferta queda inactiva para otras personas, pero se vuelve a activar pasado este periodo si no se confirma la reserva. Los 'tratos' se podrán realizar desde las nueve de la mañana y las ocho de la tarde. Para el director de Marketing y Comunicación de Atrápalo, esta iniciativa innovadora "conlleva sus riesgos, pero partimos del convencimiento de que beneficia a todos los que participamos en



Director de Marketing y Comunicación de Atrápalo, Ignacio Sala.

ella". Además, desde su lanzamiento "la aceptación ha sido enorme tanto por tráfico como por el entusiasmo de la gente", asegura. En cuanto a las previsiones de los resultados, "esperamos ir cerrando 'tratos' y no descartamos ampliar más destinos y alargarlo más tiempo", indica Sala.

## Idiso firma acuerdos con Husa y GF Hoteles

La empresa de servicios de venta y distribución hotelera Idiso ha firmado un acuerdo con la cadena GF Hoteles según el cual los cuatro establecimientos de la compañía se conectarán a los "principales sistemas de distribución global" como Amadeus o Sabre para que los agentes de viajes puedan hacer sus reservas "en tiempo real". Idiso ha explicado que también se hará cargo de la creación y puesta en marcha de la nueva página de la cadena GF Hoteles y de la incorporación de su motor de reservas *online*.

Al respecto, el director de Marketing y Ventas de la cadena tinerfeña, Angel Tomás, ha señalado que el acuerdo responde a la decisión de la empresa de "potenciar nuestra *web* y nuestros sistemas de distribución hotelera".

Por otro lado, Idiso también ha firmado un acuerdo con Husa Hoteles por el cual la cadena utilizará el call centre de la empre-

sa de servicios de venta y distribución hotelera para "atender y tramitar, de manera personalizada y bajo la marca Husa", las peticiones de reservas telefónicas que se hagan a sus más de 160 hoteles.

El director de Servicios Comerciales de Husa, Fernando Sánchez-Crespo ha señalado al respecto que, hoy en día, aunque el mundo de Internet está creciendo "a pasos agigantados", todavía hay muchos clientes que prefieren el "contacto por teléfono y el apoyo telefónico al canal por Internet".

Por su parte, el director general de Idiso, Javier Silvestre, ha manifestado que es un "gran orgullo" incorporar como cliente a una cadena como Husa. Además, Silvestre se ha mostrado confiado en que "el servicio de *call centre* que le va a prestar la compañía va a redundar en una "mejora sustancial" de sus ingresos y de la atención a sus clientes.

100% Agentes

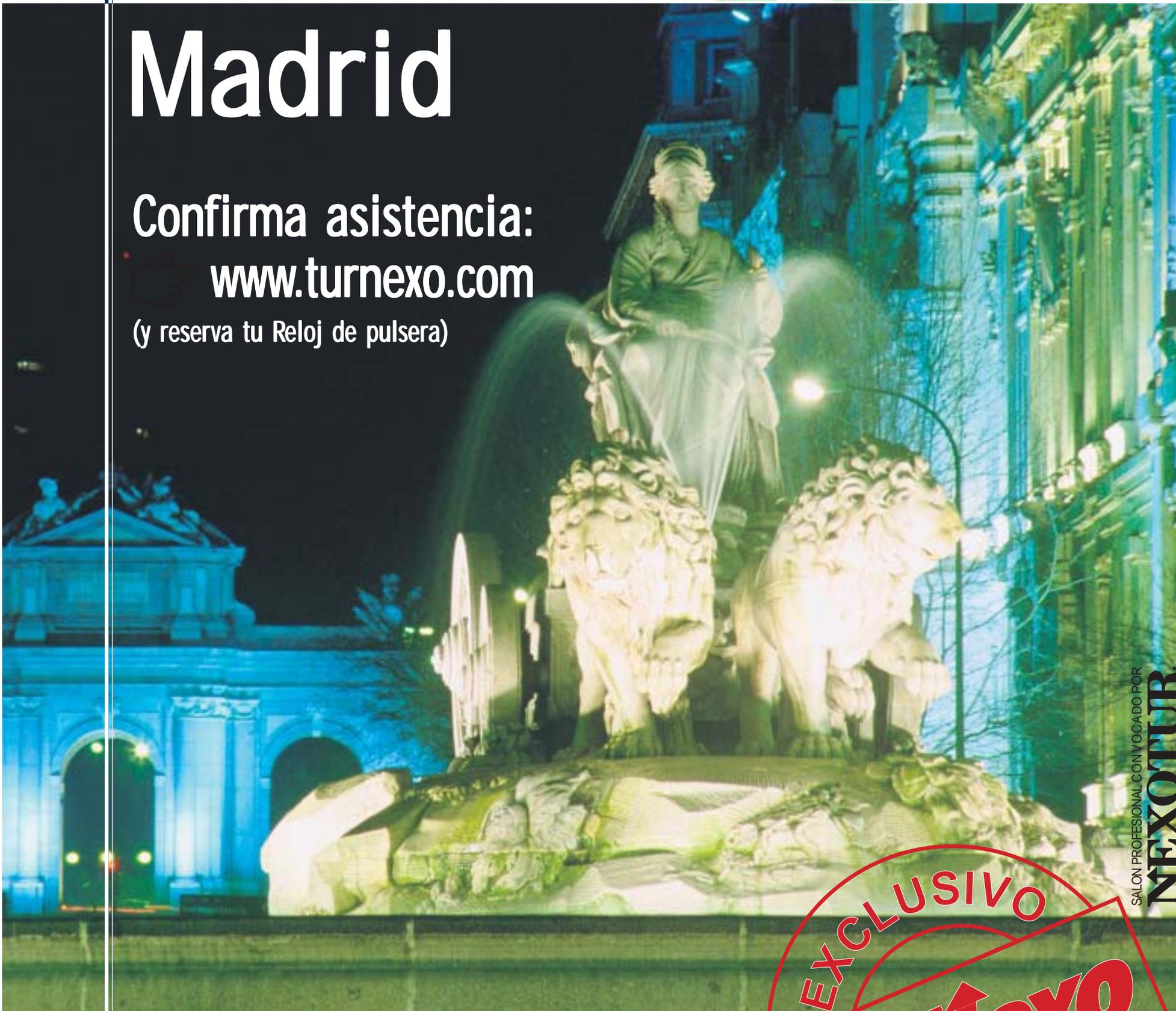
# Turnexo

## Madrid

Confirma asistencia:

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

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES

Jueves 5 de Noviembre  
Hotel Santo Domingo

**Nexopublic**  
CONSULTING

# Most r a d o r

## SAS opera en verano nueva línea de Biarritz a Helsinki

Blue1, filial de SAS Scandinavian Airlines opera durante la temporada de verano una nueva conexión que une Biarritz con Helsinki dos veces por semana. Hasta el 14 de agosto, la nueva ruta reforzará las conexiones de la aerolínea para unir una de las grandes capitales escandinavas con la costra francesa y la zona norte de España. Los vuelos tendrán horario de mañana los martes y viernes en ambos sentidos. Para la nueva ruta se utiliza un MD90 con 166 plazas distribuidas en dos clases de servicio a bordo: Economy Extra y Economy. Además, Blue1 ofrecerá un 2x1 en las tarjetas de visitas guiadas Audio City Tours por Helsinki.

✉ www.flysas.es

## Renfe incentiva el uso del tren este verano con 'Muévete en tren' y '100 Escapadas'

Las promociones van dirigidas a todos los segmentos de población desde familias a grupos

**Renfe quiere incentivar el uso del AVE y Larga Distancia en los segmentos de población con 'Muévete en Tren', con una duración inicial hasta el 13 de septiembre y '100 Escapadas', hasta el 15 de diciembre.**

Ambas propuestas cuentan con una serie de características comunes como que las plazas serán limitadas, que los viajes serán de ida y vuelta cerrada, válidas para todos los trenes. Además, se pueden adquirir los billetes hasta 72 horas antes de la salida del tren y no se admitirán cambios ni devoluciones.

Con 'Muévete en familia' por cada adulto un niño (menor de 14 años) viajará gratis. En 'Muévete en grupo' se aplicarán descuentos de entre el 25% y el 50% para grupos de entre cuatro y nueve personas. En

el caso de 'Muévete joven', los mayores de 14 años con carnet joven obtendrán un descuento del 50%.

En '100 Escapadas', que incluyen el trayecto en tren y una noche de hotel, Renfe, con la colaboración de turoperadores y cadenas hoteleras, ofrece 100 'paquetes' diferentes con precios que entre los 57 y 99 euros. Estos incluyen más de 3.000 plazas de tren y hoteleras diarias, e incorporan servicios relacionados con acuerdos que Renfe ha alcanzado con entidades culturales o empresas.

✉ www.renfe.es



Renfe ofrece todo tipo de ventajas para cada segmento de población.

## Hilton Hotels busca alargar las vacaciones con una noche gratis en más de 220 hoteles

La nueva oferta del grupo será válida para reservas antes del 17 de agosto

El grupo Hilton Hotels ha lanzado una promoción válida para más de 220 de sus establecimientos con el objetivo de alargar los días de vacaciones que incluye una segunda noche de hotel gratis y las siguientes al 50% para reservas que se efectúan antes del 17 de agosto.

El vicepresidente de Promociones de Hilton, Jeff Baker, destaca que, "ahora más que nunca" los clientes buscan "una manera de tomarse un respiro", ya sea en forma de una corta escapada en un destino "relativamente cerca de casa" o un viaje más largo a un lugar más lejano para disfrutar.

Precisamente, la oferta pretende que este año las vacaciones de verano resulten "más asequibles" para los clientes, de tal modo que, por ejemplo, una mini-escapa de dos noches pueda convertirse en una "maxi-escapada de cuatro noches por el mismo precio", explica Baker.

La oferta está disponible en más de 220 establecimientos hoteleros en el Reino Unido e Irlanda, Europa, Oriente Medio, Asia-Pacífico y África, incluyendo hoteles de las marcas Hilton, Conrad, Doubletree, Hilton Garden Inn, Hampton y Waldorf-Astoria Collection.

✉ www.hilton.com



Vistas desde el hotel Venice Hilton.

## Hotelplus lanza los 'paquetes' Una Experiencia en tu Vida

Hotelplus ha lanzado Una Experiencia en tu Vida, nuevo formato de alojamiento más actividades dividido en diferentes 'paquetes' con precio cerrado, que incluyen estancias en hoteles seleccionados, circuitos de *spa* o cenas románticas, entre otros servicios.

El nuevo producto, que se distribuye exclusivamente a través de agencias, está dividido en tres modalidades: Una Experiencia Romántica, Una Experiencia Relajante y Una Experiencia Familiar. Todas ellas incluyen una noche en hoteles de tres o cuatro estrellas, con desayuno. En la experiencia romántica, además se ofrece una cena romántica y botella de cava, por el precio de 100



Una de las experiencias es la familiar.

euros; en la relajante un recorrido en el *spa* del hotel, por 80 euros; y en la familiar, el alojamiento gratuito a uno o dos niños, por 60 euros.

✉ www.unaexperienciaentuvida.com

 <p>★★★★ HOTEL PALAFOX</p>	 <p>★★★★ HOTEL HIBERUS</p>	 <p>★★★★ HOTEL REINA PETRONILA</p>	<p><b>PALAFox HOTELES</b></p> <p>★★★★ HOTEL PALAFOX Marqués de Casa Jiménez, s/n - 50004 ZARAGOZA Tel. +34 976 237700 - Fax +34 976 234705 hotelpalafax@palafoxhoteles.com</p> <p>★★★★ HOTEL HIBERUS Paseo de los Puentes, 2 - 50018 ZARAGOZA Tel. +34 976 54 20 08 - Fax +34 976 54 20 09 hotelhiberus@palafoxhoteles.com</p> <p>★★★★ HOTEL GOYA Cinco de Marzo, 5 - 50004 ZARAGOZA Tel. +34 976 229331 - Fax +34 976 232154 hotelgoya@palafoxhoteles.com</p> <p>★★★★ HOTEL REINA PETRONILA Alcalde Sáinz de Yaranda, 2 - 30009 ZARAGOZA (Próxima Apertura)</p> <p>★★★★ HOTEL ALFONSO I Casa, 15-17-19 50003 ZARAGOZA (Próxima Apertura)</p> <p>★★★★ HOTEL PLAYA VICTORIA Glorieta Ingeniero La Cierva, 4 - 11010 CÁDIZ Tel. +34 956 205100 - 34 956 263300 hotelpalayavictoria@palafoxhoteles.com</p>
 <p>★★★★ HOTEL GOYA</p>	 <p>★★★★ HOTEL ALFONSO I</p>	 <p>★★★★ HOTEL PLAYA VICTORIA</p>	

## Club NEXOTUR

# Best Western ofrece rebajas del 50% a miembros del Club

Best Western ofrece descuentos del 50% sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club NEXOTUR y acompañante. Esta promoción especial permite reservas de un máximo de dos habita-

### Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 19**

ciones y tres noches de alojamiento. Oferta válida en los hoteles españoles. Para ampliar la información sobre la oferta de Best Western puede llamar a los números de teléfono que aparecen en [www.bestwestern.es](http://www.bestwestern.es).

## Fam Trip



Los profesionales turísticos trabajan en la naviera Silversea Cruises.

## Agentes británicos visitan Málaga

Una decena de agentes de viajes británicos especializados en cruceros para viajeros de alto poder adquisitivo que trabajan en la naviera Silversea Cruises ha visitado Málaga. El objetivo de este viaje de familiarización, en cuya organización colabora la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, es dar a conocer la oferta turística del destino.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 20 de julio

Jordi Gallinat, V. Alella, Barcelona; Rebeca Gonzalo Morán, JTB V. Spain, Barcelona; Ana Martínez Cebrián, V. La Plana, Utiel; Eugenia Appel, V. Appel, Playa de las Américas; Alvaro Rofes Solan, V. Montnuri, Caldes de Montbui; Lourdes Pérez Reig, V. Atenea, Barcelona; Javier Bailes, V. Bartur, Santa Pola; M<sup>a</sup> Carmen Tórtola, V. Benimamet, Benimamet; Ana Delia Lumberras, Tivoli, Tudela; Vicente Ramón Gómez Aparisi, V. Saray, Valencia; Cristina Rubio, V. Vegaltours, Don Benito.

### 8 21 de julio

Federico Caballero, V. Marsans, L'Hospitalet; Montserrat Romo, V. Crisol, Barcelona; Carla Abad, V. Europlayas, Barcelona; Javier Flores, V. Fórmula Travel, Madrid; Javier Omeñaca, V. Barceló, Valencia; Giulia Poltronieri, Barcelona Guide Bureau, Barcelona; Julia Escrivo, V. Intermare, Albacete; Mercedes Fernández Martín, Fermar, Bilbao; M<sup>a</sup> Teresa Arenas Zapico, V. Castrillón, Piedras Blancas; Isabel Mejías, V. Henares, Torrejón de Ardoz; Carlos Cano, V. Cantour, Madrid; Enrique Jiménez Montero, V. Normatravel, Madrid; M<sup>a</sup> Carmen Cristóbal, Club del Viaje, Zaragoza; Ana Isabel Gómez, GP V. (Viaca), Santiago de Compostela; Noelia He-

rrero, V. Halcón, Palencia; Alaitz Basterra, V. Marsans, Bilbao; Begoña Pardo, V. Barceló, Gijón; Vicente Claejs, V. Fresno, Albir-Alfaz del Pi.

### 8 22 de julio

Milagros Mayorga, V. Carbel, Madrid; José Luis Martín Río, Carlson Wagonlit Travel, Barcelona; Gemma Mañé, V. Iberia, Barcelona; Carmen López, V. Ibio, Santander; Angel Alcántara, V. Euronova, Murcia; Gemma Mañe Maset, Ultramar Express, Barcelona; Olga Fernández, Vie V., Valencia; Teresa Rodríguez, V. Paco Pérez, Ceuta; Maribel Ribas Torres, V. San Antonio, San Antonio; Oscar Plans, V. Tuareg, Barcelona; Jacobo Abellá, V. Euromar, Valencia.

### 8 23 de julio

José Arena, Bizcaia V., Galdacano; Jacqueline Flores, V. Aira, Madrid; Paloma Martínez, Euroestancias, Madrid; Francisco Orden Gómez, V. Vincit, Madrid; Carmina Clavellinas, V. Opción Jove, Alcoy; Victoria Cabezas, Club de V. Alcampo, Madrid; Irea Rodríguez, V. Egan, Eibar; Susana Calderón de Dios, V. Challenger, Málaga.

### 8 24 de julio

Rosa M<sup>a</sup> León, V. Citur, Madrid; Ana Dengra Asensio, V. Pilar García, Yecla; Alfonsa Rojo Dorado, V. Rioko Tours, Getafe; Rafael Miguel Ortiz, Zafiro

Tours, Brenes; José Pérez Fernández, V. Voar, Sada; Juan A. Pequín, V. Adriatic, Barcelona; Juan Vicente Linares Pérez, V. Vila Travel, Villajoyosa; Milagros Arias Vázquez, Ringo Tours, Madrid; Cristina Pérez, Altair V., Torrelavega; Enrique Blanco, V. Cafranga, León.

### 8 25 de julio

Miguel Nasser, V. Abrantes, Nuevo Baztán; Manuel Ruiz Geneiro, V. Zenda 2000, Chiclana de la Frontera; Jacqueline Zapata, Grupo 7 V., Madrid; María Velázquez, V. Platón, Sevilla; Roberto Quiles Rubio, Wacs Travel, Valencia; Teresa Martín, V. Omega, Madrid; Mónica Bogoanovic, V. Mar Menor, La Manga; Fernando Soto, Carolintours, Baleares; Nieves Pozo Muro, V. Halcón, Arrendó; Gema Gutierrez Moreno, V. Getour, Fuenlabrada.

### 8 26 de julio

Armando Cela, V. Armand Tours, L'Eixample; Rosa Provencal i Roselló, V. Platja D'Aro, Sant Feliú de Guixols; Manuel Alvarez, V. Travitur, Sant Joan Despi; M<sup>a</sup> Carmen De La Concepción, V. Vibia, Alzira; Ana M<sup>a</sup> Vicente, V. Iberpalma, Béjar; Ana M<sup>a</sup> Cervera, V. Cervera, Torremolinos; Paqui Amate, V. Urci, Almería; Michel Durrieu, Nouvelles Frontieres España, Barcelona; Marta Costas González, V.I.E., Oviedo; Ana Estrella Lazaro, V. Halcon, Zaragoza.

# Especialistas en Agencias de Viajes

## Asesoría Turística

- ✓ Contabilidad
- ✓ Socio-Laboral
- ✓ Fiscal
- ✓ Jurídico-Mercantil

## Subvenciones

## Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1<sup>º</sup>  
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92  
Fax: 91 522 98 12



El turoperador ofrece todos los 'paquetes' del folleto a través de la Red.

## Mundicolor lanza su folleto 'Especial Viajes Novios 2009' a través de la Red

El 'portal' de Mundicolor ya cuenta con el nuevo folleto online 'Especial Viajes de Novios 2009'. Los agentes de viajes puede consultar las novedades en la web o descargárselo en versión pdf.

Para la temporada de 2009, Mundicolor ha realizado una selección de 'paquetes' "con lo mejor y al mejor precio" para su folleto 'Especial Viajes de Novios 2009'. Así la mayorista ofrece destinos en Iberoamérica, "con los países más sugerentes", como Costa Rica, Perú y Argentina. "Las ciudades más dinámicas" en Estados Unidos con extensiones a circuitos. Ofrece también combinados como Ca-

ribe/Nueva York, Asia enigmática o África exótica. Mundicolor ha realizado la selección de los hoteles basándose en "la mejor relación calidad/precio del mercado".

Además, la mayorista regala a los novios el 5% del importe total del viaje en bonos de Hotelcolor, válidos para más de 3.000 hoteles, coches de alquiler, vuelos, viajes en globo o campos de golf, entre las muchos servicios y actividades que se incluyen en estos bonos. Este folleto de novios para la actual temporada sólo está disponible en la página web de la mayorista Mundicolor.

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

## NH lanza una promoción especial para los organizadores de todo el mundo

NH Hoteles ha lanzado por primera vez una campaña corporativa global dirigida al mercado MICE, denominada The Organizers, en la que ofrece descuentos de hasta el 25% sobre los servicios contratados para aquellos clientes que confirmen con antelación sus reservas. De esta manera, la cadena quiere premiar la antelación en la reserva. La campaña esta dirigida tanto a intermediarios (agencias de viajes, OPC, DMC, agencias especializadas o casas de incentivo)

como a empresas. Además, no sólo se lanza en los 22 países en los que cuenta con establecimientos hoteleros, sino que se llevará también a los mercados emisores de MICE más relevantes como Rusia, Canadá, Estados Unidos, Brasil y los países escandinavos. NH Hoteles dispone de más de 2.390 salas de reuniones y más de 50.000 habitaciones en 22 países de Europa, América y África para la organización de eventos.

✉ [www.nh-hotels.es](http://www.nh-hotels.es)



Grand Hotel Palazzo en Toscana.

## Transhotel amplía su oferta con 25 parques temáticos en siete países

Transhotel ha ampliado su oferta de parques temáticos, clubs de aventura y centros termolúdicos en todo el mundo. Así, las agencias de viajes cuentan en TOR System Advanced con un apartado dedicado a este tipo de establecimientos de ocio, donde reservar online tanto las entradas como un hotel en la misma localidad en la que esté situado el parque. La oferta actual de 25 parques temáticos en siete países se ampliará de forma continuada.

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



Drangon Khan en Port Aventura.

## La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: [atencion-clientes@nexotur.com](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional

100% Agentes

# Turnexxo

## Catalunya

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

**Jueves 12 de Noviembre**  
**Eurostars Grand Marina**

**Confirma asistencia:**  
 **[www.turnexo.com](http://www.turnexo.com)**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

**Nexo**public  
CONSULTING

# club Nexotur

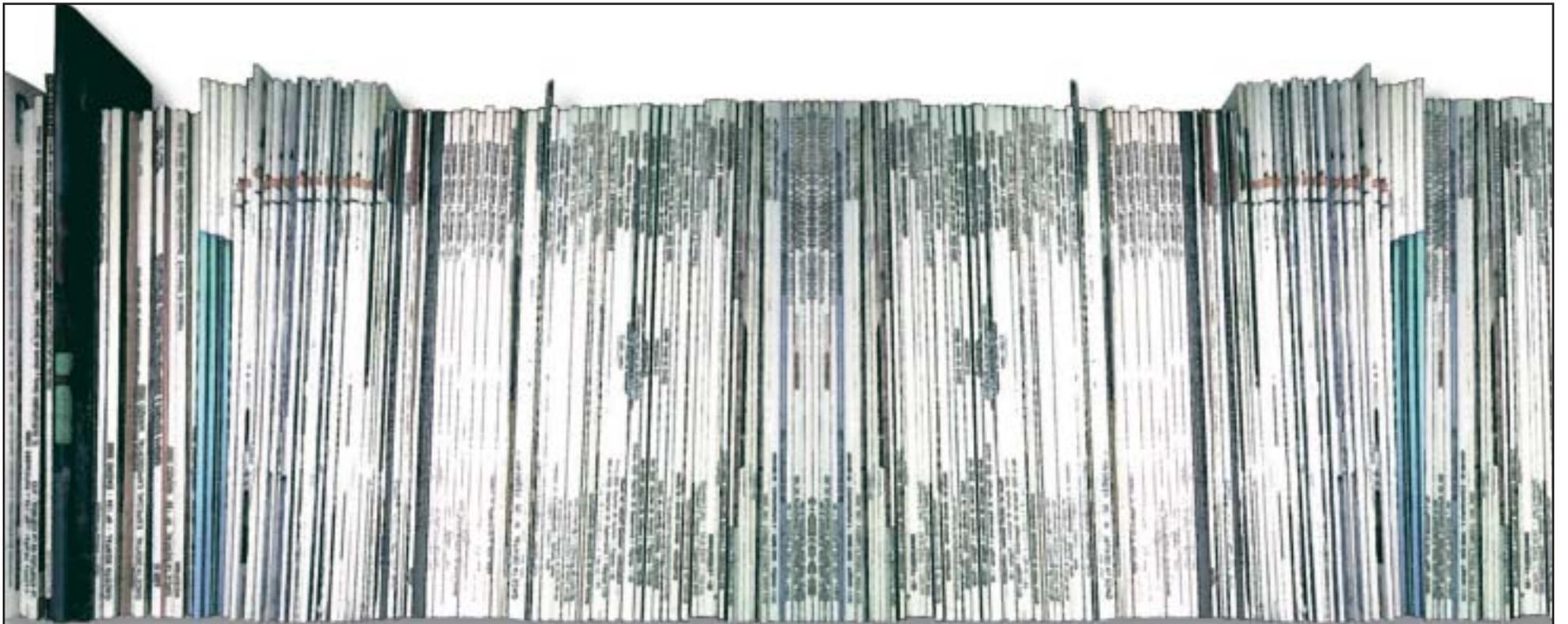


El Club NEXOTUR es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores,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

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

## El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<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.	12-10-2009	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.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ☎ 913 14 14 19
<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.	31-12-2009		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>70 euros/noche</b> a Miembros del Club en H. Sidi San Juan. Alicante y H. Sidi Saler, Valencia.	Habitación doble en A.D..Excepto S.Santa y de junio a septiembre. No incluye IVA. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 96 516 13 00 ☎ 96 516 33 46
<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.	31-12-2009	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 de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<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.	30-12-2009	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.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ☎ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>EUROPEA DE SEGUROS</b>	<b>85% de descuento</b> sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de viaje. Mod. Individual: 75,89 euros. Mod. Familiar. 138,96 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2009	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02



# Transferencia del conocimiento

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

## publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

**FIPP**

Federación Internacional de Prensa Periódica

**FAEP**

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



**Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas**

# Hot el er ia

## Los hoteles acaparan el 20% del total de las certificaciones de calidad que entrega el ICTE

Andalucía es la Comunidad con más 'Q' de calidad turística, seguida de la Comunidad Valenciana

El 20% de los establecimientos certificados con la 'Q' que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) son hoteleros, de forma

que cerca de 500 hoteles y apartamentos turísticos cuentan actualmente con dicho reconocimiento, tras haber experimentado un crecimiento

del 6,5% en el número de certificaciones de enero a junio. En este periodo, 49 establecimientos hoteleros se han adherido al sistema.

Durante los primeros seis meses del año 2009, 49 establecimientos hoteleros se han adherido al sistema de calidad turística del ICTE, lo que significa un incremento del 20% respecto al mismo semestre de 2008. Así, tal y como indica el Instituto, "se confirma con esta cifra el crecimiento tanto de las certificaciones de la marca 'Q', como de las adhesiones al mismo para mejorar sus infraestructuras".

En cuanto a la certificación de este Sector por Comunidades autónomas, Andalucía lidera el *ranking* con un 19% del total, seguida de la Comunidad Valenciana con un 12% y Cataluña con un 11%.

En el último comité de certificación del sector de hoteles, Andalucía logró dos certificaciones, que se otorgaron a un nuevo hotel de la cadena MS ubicado en Lucena (Córdoba), el Hotel MS Santo Do-

mingo, y en Almería al Hotel Vera Beach Club, el primero certificado en esta localidad.

En la Comunidad Valenciana recibieron la marca 'Q' cuatro hoteles de la cadena RH: el Hotel Bayrén, Bayrén Parc, Casablanca Suites y el RH Gijón, emplazados en Gandía y Peñíscola.

Asimismo, lograron dicho reconocimiento de calidad del ICTE el Hotel Silken Coliseum de Santander, el Hotel Barcarola de San Feliu de Gixols -uno de los 19 hoteles certificados en la provincia de Gerona- y The Westin Palace de Madrid.

### Calidad frente a la crisis

El instituto turístico ha destacado que el número de certificaciones de calidad en el sector hotelero ha aumentado un 6,5%, un dato que refleja su "crecimiento sostenido"



La Comunidad de Andalucía es la que más 'Q' de calidad posee.

desde la década de los 90 y lo convierte en el "pionero" en establecer normas de calidad dentro de la industria turística del país. "Los

empresarios hoteleros siguen invirtiendo y apostando por la calidad como medida para hacer frente a la crisis", concluye el ICTE.

## Escarrer cree que debe incrementarse el reconocimiento Turismo en España

El vicepresidente y consejero delegado del grupo Sol Meliá, Gabriel Escarrer, subrayado que se debe incrementar el "reconocimiento socio-económico" del Turismo en nuestro país, durante la clausura del Ciclo de Conferencias ESADE-Deloitte. Además, Escarrer también ha destacado que la Administración central debe potenciar la marca 'España' a nivel internacional y renovar la oferta y los destinos, entre otras cuestiones.

EL consejero delegado de Sol Meliá ha añadido que, aparte de estas actuaciones principales, también se debería "flexibilizar el mercado laboral", ya que el Turismo español tiene el problema de la estacionalidad. También ha subrayado que debería actuar sobre las tasas aeroportuarias y de navegación porque nuestro país "tiene las más caras de Europa".

De esta forma, para Escarrer el reto del Sector Turístico español para 2020 es conseguir que sea el "más competitivo", aportando el "máximo bienestar", para lo que debe "adaptarse a las nuevas tendencias, romper con la fuerte estacionalidad y potenciar los niveles de competitividad sostenible", enumera el vicepresidente del grupo.

En este sentido, las claves para lograrlo pasan por apostar "de ma-

nera firme" por un Sector clave en la economía del país, además de integrar conceptos como "la gestión del talento", innovar para obtener "elementos diferenciadores y de especialización" y abrir nuevos mercados y diversificar el negocio.

Al respecto, Escarrer ha señalado que la diversificación es una de las claves del éxito de la hotelería, algo que conlleva una mayor complejidad de gestión pero que otorga una "mayor fortaleza", ya que ayuda a crecer "más que los demás en momentos de bonanza y a afrontar mejor los momentos de crisis".

### Un 12% menos de turistas

Gabriel Escarrer ha hecho referencia a la evolución del Sector Turístico durante los seis primeros meses del año, cuando el número de viajeros que han venido a España ha bajado un 12% y el nivel de reservas está por debajo de los de 2008, "aunque se espera que más de un 50% de las reservas se hagan a última hora".

En este sentido, el vicepresidente del grupo Sol Meliá ha manifestado que los factores de cambio con los que cuenta el entorno actual atienden principalmente a "razones coyunturales en algunos casos pero en otros son estructurales".

### ■ Producto

Intercontinental abrirá en enero el primer Crowne Plaza en Algarve, Portugal

InterContinental Hotels Group (IHG) y el grupo portugués Maro-pe han llegado a un acuerdo de franquicia que permitirá la apertura en enero de 2010 del primer Crowne Plaza en el país luso, un establecimiento que estará situado en el Algarve y dispondrá de un total de 327 habitaciones. El Crowne Plaza de Vilamoura, que generará más de 200 empleos, ofrecerá varias instalaciones para conferencias, una sala de juntas y 22 habitaciones diseñadas para salas de reuniones.

El Hotel Sheraton La Caleta de Tenerife obtiene las cinco estrellas lujo

El Cabildo de Tenerife ha concedido al Hotel Sheraton La Caleta de Tenerife la categoría de cinco estrellas lujo como reconocimiento a este establecimiento, que cuenta con tres restaurantes y jardines subtropicales que arropan a tres piscinas exteriores con vistas al mar. El hotel está ubicado en la prestigiosa zona de Costa Adeje en el sur de Tenerife y por sus habitaciones han pasado más de 127.000 personas desde su apertura en 2005.

Paradores invertirá seis millones en reformar el Villafranca del Bierzo

Paradores ha presentado el proyecto de reforma del hotel de Villafranca del Bierzo, que cuenta con una inversión de seis millones de euros. Las obras comenzarán a mediados de julio y se prolongarán durante diez meses. La renovación supondrá una transformación total del establecimiento, sus accesos y zonas exteriores manteniendo, además, las "características esencias" del actual edificio y su aire de parador histórico, como explica la cadena.

El Hotel La Estacada, de cuatro estrellas, abre sus puertas con 22 habitaciones

La Finca La Estacada, complejo enoturístico en Tarancón, ya ha abierto sus puertas. Este establecimiento completa su oferta vití-cola y gastronómica con la inauguración de un hotel y un *spa* que ofrece servicios de vinoterapia. Con una categoría de cuatro estrellas, dispone de 22 habitaciones y tres *suites*.



Hotel NH en Puerto de Sagunto en la Comunidad Valenciana.

## NH tiene 'compromisos irrevocables' para ejercer derechos de suscripción

NH Hoteles ha anunciado que cuenta con "compromisos adicionales irrevocables" para el ejercicio de la totalidad de los derechos de suscripción preferente correspondiente a las acciones de las que son titulares Intesa San Paolo y Festina Lotus, lo que supone un 6,7% de las nuevas acciones.

La cadena presidida por Gabriele Burgio ha precisado que tiene compromisos para suscribir el "55% de las nuevas acciones" que emitirá en el marco de su ampliación de capital de 225 millones de euros, tal y como ha comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

En este sentido, Burgio ha destacado que NH prevé que la ampliación de capital fortalezca la "capacidad financiera" de la hotelería, de tal

manera que pueda continuar con su "proyecto europeo" y no ha descartado que se abran nuevos establecimientos el próximo año.

El pasado 16 de junio, la junta de accionistas aprobó una ampliación de capital social de 225 millones de euros, con la puesta en circulación de 98,6 millones de acciones ordinarias. Así, las nuevas acciones contarán con un valor total de 2,25 euros, repartidos entre el valor nominal de dos euros y una prima de 0,25 euros, y la cadena espera que acudan todos sus accionistas. Previsiblemente, la operación, formulada con una ecuación de canje de dos acciones nuevas por tres antiguas, concluirá este mes, tal y como ha puntualizado la cadena presidida por Burgio.



# El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

# CEHAT considera que la ocupación en verano será parecida a la de 2008 por los descuentos de los hoteles

La confederación subraya que por primera vez el número de clientes extranjeros será inferior al de españoles

**El secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Ramón Estalella, ha anunciado que durante la**

**temporada de verano "no se va a registrar un descenso de la ocupación hotelera" respecto a 2008 por los descuentos de "entre un 8% y un 15%"**

**que está ofreciendo el sector hotelero. Y señala que debido a la crisis el número de turistas extranjeros descenderá, frente al de nacionales.**

Desde CEHAT, su secretario general, Ramón Estalella ha realizado un análisis de la situación actual del sector hotelero. Así, ha recordado que mayo y junio han sido meses "muy malos", lo que ha supuesto una "bajada importante de la rentabilidad". Respecto a la tendencia para después del verano, Estalella señala que octubre se presenta con una "enorme incertidumbre" para el sector hotelero.

Por otra parte, el secretario de la confederación hotelera ha subrayado que, "por primera vez y debido a la crisis", el porcentaje de turistas nacionales que se alojarán en hoteles españoles será superior al de extranjeros y ha precisado que el descenso en este tipo de turistas "ya ha alcanzado el 8%".

En este sentido, Ramón Estalella ha explicado que en la década de los 80 el número de turistas extranjeros que veraneaban en nuestro país alcanzaba el 70%, mientras que actualmente y por la actual coyuntura económica los españoles «gas-tarán menos en sus viajes» y se quedarán en los hoteles de nuestro país.

## Vacaciones más cortas

El representante de la confederación hotelera ha añadido que los turistas españoles "acortarán sus vacaciones" esta temporada y ha precisado que las escapadas de fin de semana a lo largo del año, que suponían "hasta un 40%" para el Sector, "están desapareciendo".



CEHAT considera que la crisis hará llegar menos turistas extranjeros.

"Los turistas se están comportando de una manera mucho más sensible de cara al precio y el gasto en destino sí que va a sufrir una disminución importante", ha añadido en su análisis. Por último, Estalella ha recordado que CEHAT

está manteniendo conversaciones con el Gobierno central para tomar medidas "coyunturales" como la "ampliación del tiempo de la temporada alta" o que los hoteles puedan "aplazar el pago de las cuotas a la Seguridad Social".

## Los precios hoteleros de adrid y Barcelona caen por encima del 30% en el mes de junio

Ambas sufren la caída de la demanda más que otros destinos internacionales

**El precio medio por habitación en los hoteles de las ciudades de Madrid y Barcelona ha registrado en junio una caída superior al 30% respecto al mismo**

**mes del año pasado, con lo que las tarifas se sitúan por debajo de los 100 euros por noche, según los datos del Barómetro de Precios de Hotels.com.**

Los precios en la capital se "desplomaron" un 32,3% hasta 71 euros por noche, mientras que en la ciudad condal se rebajaron un 35,5% con respecto a junio de 2008 hasta llegar a 85 euros por noche, lo que supone la "mayor caída" de entre las principales ciudades de todo el mundo, tal y como ha explicado Hotels.com.

Así, su director para el Mediterráneo oriental y África, Diego Lofeudo, explica que la tendencia de caída "se mantiene también en junio", teniendo

en cuenta, no obstante, que 2008 fue "excepcional" para el Turismo.

En comparación con enero, el precio medio por habitación en los establecimientos madrileños se ha visto recortado en un 25,2%. En Barcelona, por su parte, los precios han sufrido un descenso del 20,5%. Al respecto, Lofeudo precisa que España está sufriendo "más que otros países" la caída de la demanda europea, al mismo tiempo que se está viendo afectada por el descenso de los viajes de ne-

gocio en Madrid y Barcelona, que está "tirando abajo el precio medio".

Asimismo, el directivo se ha referido a la "incertidumbre" de la temporada de verano, que provoca un "ulterior descenso de los precios", ya que el cliente "no se anima a reservar" y el hotelero "baja aun más los precios". A pesar de que las caídas en las ciudades españolas fueron de las más pronunciadas, el resto de ciudades analizadas demuestran tendencia negativa en todo el mundo,

## Las pernoctaciones extrahoteleras bajan un 15% en mayo respecto al mismo mes de 2008

La caída ha sido más pronunciado en el caso de los viajeros no residentes

**Los alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, campings y alojamientos de Turismo rural) superaron los 6,2 millones de pernoctaciones en el**

**mes de mayo, un 14,6% menos que en el mismo periodo del año anterior, según los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).**

En cuanto a las pernoctaciones de los viajeros residentes, este valor ha descendido un 7% en mayo, mientras que las correspondientes a los no residentes bajaron un 18,4%. Las pernoctaciones de los turistas no residentes en apartamentos supusieron el 77,5% del total y el mercado británico continuó como el primer emisor en esta modalidad de alojamiento, con más de 1,3 millones de pernoctaciones (un -23% que en mayo de 2008), seguido del mercado

alemán, con 589.646 pernoctaciones, lo que supone un 20,2% menos.

Respecto a los datos globales, las pernoctaciones en apartamentos turísticos dihan caído un 20,2% en mayo respecto al mismo mes del año pasado, con más de 3,8 millones, y el descenso fue más pronunciado entre los no residentes, cuya tasa interanual cayó un 21,3%, mientras que entre los residentes bajaron un 16,1%.

Por otro lado, los acampamentos turísticos superaron en mayo los 1,8

millones de pernoctaciones, con una caída interanual del 1,3%, mientras que los alojamientos de Turismo rural alcanzaron las 543.040 pernoctaciones, un -10,7% respecto al mismo mes del año anterior. La estancia media, por otra parte, cae un 11,2% en mayo, con 4,8 pernoctaciones por viajero y, en lo que respecta a los cinco primeros meses del año, las pernoctaciones en apartamentos, campings y casas de Turismo rural retrocedieron un 11,2% respecto al mismo periodo de 2008.

## Producto

### Gran Meliá Palacio de Isora recibe la certificación de 'Hotel de la Biosfera'

El Hotel Gran Meliá Palacio de Isora, en el sur de Tenerife, ha recibido la certificación de 'Hotel de la Biosfera' que concede el Instituto de Turismo Responsable (ITR) —organismo respaldado por la UNESCO— a los establecimientos que muestran un "claro respeto por el medio ambiente y apuestan por un Turismo sostenible". La cadena ha subrayado que, entre los requisitos para superar el proceso, figura la obligatoriedad de contar con instrumentos para desarrollar una política de Turismo responsable.

### Paradores presenta el Aula de Naturaleza del Parador de Cazorla

El presidente de Paradores de Turismo, Miguel Martínez, ha inaugurado el Aula de Naturaleza del Parador de Cazorla, un espacio de 80 metros que cuenta con 16 escenas naturales en las que pueden verse a animales como el quebrantahuesos o el alimoche y en el que se han invertido 36.000 euros. Martínez subraya su "importancia", cuyo objetivo es que el parador de Cazorla pase a ser "no sólo el lugar de descanso de los viajeros", sino también el sitio en el que aprendan a "conocer" la vida animal y vegetal de su entorno.

### Travelodge invertirá 61 millones en tres nuevos establecimientos en España

Travelodge construirá tres nuevos establecimientos en Barcelona, Sevilla y Valencia, mediante una operación de *joint venture* con la promotora inmobiliaria Citygrove. La cadena *low cost* invertirá en estos tres hoteles 61 millones de euros y su inauguración está prevista para 2011. El director de Desarrollo Internacional de Travelodge, Horacio Alcalá, ha mostrado su satisfacción por el acuerdo y ha destacado que los hoteles estarán "idealmente ubicados" para satisfacer la demanda de los viajeros españoles.

### Pimec advierte sobre los efectos de los altos costes administrativos en Cataluña

El director de Economía y Empresas de la Patronal de Pequeñas y Medianas Empresas de Cataluña (Pimec), Modesto Guinjoan, ha alertado sobre los "efectos negativos" que tienen en el sector catalán los costes administrativos a los que deben hacer frente los establecimientos. Guinjoan se ha referido a "más de una treintena de normativas obligatorias" sobre revisiones, controles, inspecciones, analíticas o similares.

## Iniciativas para el Consejo de Ministros sobre Turismo

La Agrupación de Cadenas Hoteleras de Baleares (ACH) ha presentado un escrito con diez puntos que se analizarán en el Consejo de Ministros monográfico sobre Turismo que se celebrará en Palma de Mallorca el 24 de julio. La agrupación subraya la necesidad de poner en marcha un "plan nacional de modernización de infraestructuras y destinos turísticos españoles".

Además, reclama con "urgencia" mejorar la conectividad de los destinos turísticos, para lo que ha pedido un plan de inversiones en el sector aeronáutico, la "eliminación real" de todas las tasas y descuentos en viajes para destinos insulares. Asimismo, pide al Gobierno la aplicación de medidas de impulso económico para el Sector, que podrían concretarse en una "línea de impulso de reinversión" para mejorar la oferta hotelera. El decálogo incluye predefinir los criterios de aplicación de la Ley de Costas, abordar "con urgencia" el diseño de un nuevo modelo del mercado laboral que permita la mejora de la competitividad de las empresas y la adecuación de las estructuras a las necesidades de la demanda y poner en marcha una "ventanilla única europea" para el pago de tasas y cánones vinculados a la reproducción audiovisual. Pide también una mejora de los sistemas educativos y formativos actuales mediante el desarrollo de planes específicos, la "unificación de las normativas a nivel autonómico".

# Instrumentos de Trabajo

## Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera

**NEXOTUR.com**  
AGENCIAS DE VIAJES  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**CONEXO.net**  
REUNIONES E INCENTIVOS  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**Nexobús.com**  
TRANSPORTE DE PASAJEROS  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**NexoHotel.com**  
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**NEXOTUR**  
AGENCIAS DE VIAJES  
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

**CONEXO**  
REUNIONES E INCENTIVOS  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**Nexobús**  
TRANSPORTE DE PASAJEROS  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**CEHAT**  
HOTELERÍA ESPAÑOLA  
PERIÓDICO MENSUAL (10 EDICIONES)

**Noticias con Q de Calidad**  
NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD ORGANIZADORES CONGRESOS  
MENSUAL (11 EDICIONES)

**NOTICIEROPC**  
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

**destinoMadrid**  
TURISMO DE MADRID  
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

**Talonotel**  
RESERVAS DE HOTEL  
PERIÓDICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

**NEXOTUR**  
DIRECTORIO DE AGENCIAS  
ANUARIO (1 EDICIÓN)

**NEXO HOTEL**  
PROVEEDORES DE HOTEL  
ANUARIO (1 EDICIÓN)

**RANKING DE EMPRESAS TURÍSTICAS**  
PERIÓDICOS ANUALES (4 EDICIONES)

**PROTAGONISTAS DEL TURISMO EN ESPAÑA**  
PERIÓDICOS ANUALES (2 EDICIONES)

**CIMET**  
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

**Turnexo**  
SALÓN PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

**NexoBusiness**  
SALÓN DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

**BIBLIOTECA NEXOTUR**  
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

**EXCELENTE**  
Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional

**aipet**  
Placa al Merito Turístico del Estado Español

**aipet**  
Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

**GRUPO Nexo**

# Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados, fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



**Nexotrans**.com  
TRANSPORTE DE MERCANCIAS  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**NexoLog**.com  
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE  
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

**Nexotrans**  
TRANSPORTE DE MERCANCIAS  
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

**Nexocar**  
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



**GOLD&TIME**  
JOYERIA Y GEMOLOGIA  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**NEXOTIME** con **ALTA RELOJERIA**  
RELOJERIA COMERCIAL Y ALTA GAMA  
REVISTA BIMESTRAL (6 EDICIONES)

**G&T-ECONOMÍA**  
PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**ALTA RELOJERIA**  
RELOJERIA DE ALTA GAMA  
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



**DOSSIER**  
DE JOYERIA ESPAÑOLA  
MENSUAL (10 EDICIONES)

**JOYAS DE AUTOR**  
DISEÑO DE JOYAS  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**ART&VALUE**  
TASACION DE ALHAJAS  
MENSUAL (11 EDICIONES)

**HORA DE MADRID**  
RELOJEROS DE MADRID  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**Obra Nueva**  
ENSEÑANZA DE JOYERIA  
MENSUAL (11 EDICIONES)

**Cronometría**  
RELOJEROS DE VALENCIA  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



**VOLVO EN RUTA**  
TRANSPORTE MERCANCIAS  
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

**Michelin Camión**  
TRANSPORTE MERCANCIAS  
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

**PRODIAM**  
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y  
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

**FORO**  
FORO ANUAL DE LA  
RELOJERIA ESPAÑOLA

**AEA**  
ENGASTADO DE JOYAS  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

**SEMPSA**  
METALES PRECIOSOS  
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:  
LOPE DE VEGA, 13, 28014 MADRID  
TELF. 91 369 41 00 (20 LINEAS)

**NEXO**  
editores s.a.

FAX: 91 369 18 39  
EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG  
WEB: WWW.NEXOTUR.COM

# Roc Hotels presenta en Internet sus alojamientos de 'sol y playa'

La página de Roc Hotels ofrece, con una estructura y un diseño de páginas adecuados, la información sobre sus diferentes tipos de establecimiento en zonas costeras y un sencillo sistema de gestión de reservas para clientes que estén o no registrados.



www.roc-hotels.com

Roc Hotels, cadena hotelera que dispone de diversos tipos de establecimientos de 'sol y playa' en Mallorca, Menorca y Torremolinos, presenta en su web una completa información de sus alojamientos y un sencillo sistema de reservas, así como alguna información sobre sus destinos. Sin embargo, no incluye información sobre la empresa, excepto un aviso legal, un área para clientes habituales, un formulario de contacto y otro formulario para la solicitud de empleo. Por otra parte, la página presenta versiones en castellano, inglés, alemán y francés.

### INFORMACIÓN

Desde la pantalla de hoteles, seleccionando uno de sus destinos, ofrece una relación de sus establecimientos en el destino. Presenta una descripción general y su dirección, que amplía en varias pantallas, incluyendo una galería de fotos y su plano de situación.

### RESERVA

Solicitando la reserva por fechas, si no se selecciona hotel, presenta el presupuesto de los disponibles. Seleccionando uno, se accede a un sencillo sistema de reservas, en cuatro pasos, con condiciones especiales para usuarios registrados y el pago mediante tarjeta.

### GENERAL

La página no incluye información sobre la empresa, aunque sí un formulario de contacto. Dedicar un área de gestión de empleo, otra de clientes con tarjeta 'Roc Class', con un formulario de alta, y un acceso para profesionales, aunque sin ninguna información asociada.

#### ▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Se trata de una web de correcto diseño y estructura, que ofrece una información adecuada y una sencilla reserva.

#### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Ofrece un acceso a profesionales de Turismo, pero sin información ni formulario u otra forma de solicitud de alta.

### ROC HOTELS / Hoteles

#### Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10										
8										
8										
8										
6										
8										
10										
10										
6										
10										
8										
6										
10										

### EVALUACION NEXOTUR.COM

Roc Hotels puede ser de interés en algunos casos de Turismo vacacional para las agencias de viajes en el caso de que en el área para profesionales, de la que no presenta ninguna información, permita a las agencias de viajes gestionar online sus reservas.

7.0



**Entrada /** En la primera pantalla presenta la reserva, el acceso al resto de las áreas y un amplio conjunto de ofertas.



**Producto /** Desde la pantalla de hoteles, se accede por destino a una completa descripción del hotel en varias pantallas.



**Reserva /** Ofrece, únicamente al usuario final, un sencillo sistema de reservas en cuatro pasos, con pago mediante tarjeta.

# Corsair incluye sus vuelos desde Francia hacia otros continentes

La página de Corsair Fly presenta, con un adecuado diseño, la información sobre la compañía y sobre sus vuelos desde Francia a zonas de influencia francesa en otros continentes y un sistema de reservas válido únicamente para el cliente final.



www.corsairfly.com

Corsair Fly, compañía aérea francesa perteneciente al Grupo TUI, que ofrece vuelos desde varios destinos en Francia a Canadá, el Caribe, Tel Aviv, Dakar y las islas francesas del Índico, presenta una página bien estructurada pero únicamente en francés, que ofrece información sobre la compañía y sus vuelos, así como guías turísticas de sus destinos. También incluye un sistema de gestión de reservas, que no es válido para las agencias de viajes, aunque para algunos de los trayectos presenta el sistema de gestión de vuelos de Nouvelles Frontières.

### INFORMACIÓN

Presenta un plano activo, muy detallado desde el que, seleccionando un origen, muestra todos sus vuelos. También permite consultar los horarios de los vuelos por trayecto y fecha y ofrece una página con noticias relacionadas con el tráfico aéreo.

### RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas para el usuario final, con pago mediante tarjeta de crédito, que permite su consulta posterior. Sin embargo, para parte de sus vuelos ofrece el enlace con la gestión de reservas de Nouvelles Frontières.

### GENERAL

La página ofrece una amplia información sobre el Grupo TUI y sobre la compañía, su historia, sus delegaciones y su flota, además de un área para la prensa, y otra dedicada a su gestión de empleo, incluyendo ofertas y la dirección de contacto.

#### ▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de un 'sitio' bien diseñado, que facilita el acceso a su información y la gestión de reservas de sus vuelos.

#### ▼ Lo Peor / Cobertura

Corsair Air no ofrece ningún vuelo desde destinos en España, ni la posibilidad de reservar desde las agencias de viajes.

### CORSAIR FLY / Línea Aérea

#### Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10										
10										
8										
10										
6										
8										
6										
10										
6										
10										
8										
6										
10										

### EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque Corsair Fly no ofrece vuelos desde España, su oferta puede ser de interés para los agentes de viajes españoles por incluir destinos interesantes y poco habituales. Sin embargo, no contempla ningún tipo de gestión de reservas para los profesionales de Turismo.

6.0



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



**Producto /** Permite consultar sus destinos y sus vuelos en un plano activo, sus horarios por trayecto y fecha y noticias de vuelos.



**Reserva /** Ofrece un sencillo sistema de reservas, aunque para algunos vuelos enlaza con la web de Nouvelles Frontières.

# La Diputación de Jaén informa en la Red sobre el Turismo provincial

El 'sitio' web oficial sobre Turismo en la Provincia de Jaén presenta, de forma clara y accesible, un amplio conjunto de información sobre los atractivos y servicios turísticos de la provincia, incluyendo una adecuada descripción de sus programas y rutas.



www.promojaen.es

La **Diputación Provincial de Jaén** presenta una página clara y bien estructurada, aunque únicamente en castellano, en la que ofrece la información, a veces insuficiente, de los atractivos de la provincia, a los que se puede acceder por tipo y, en determinados casos, por alguna característica significativa o por rutas o programas específicos. En el área de servicios presenta buscadores de hoteles y restaurantes y, en el primer caso, el acceso a su web, cuando existe, para gestionar reservas. También incluye una agenda con los eventos previstos por mes.

## INFORMACIÓN

Ofrece información de distintos tipos en la provincia: culturales, Turismo activo, de salud, gastronomía o servicios para congresos. También incluye una interesante información sobre un grupo de programas culturales y recorridos temáticos por la provincia.

## RESERVA

Presenta un buscador de alojamientos por tipo, municipio y categoría, que ofrece distintas alternativas con su descripción y el enlace con su página para reservar cuando existe. También incluye un buscador de restaurantes, por categoría y localidad.

## GENERAL

Incluye también información sobre oficinas de Turismo en la provincia, así como sobre agencias de viajes y otros proveedores de servicios turísticos, así como un completa agenda turística cultural, que permite consultar o descargar el calendario de eventos por mes.

### ▲ Lo Mejor / Estructura

La página presenta una estructura y un diseño adecuados y de fácil utilización, aunque tiene aún zonas en desarrollo.

### ▼ Lo Peor / Monumentos

Por el momento sólo ofrece la descripción de una parte muy limitada de los monumentos de la provincia.

## JAEN / Destino

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La web oficial de Turismo en Jaén puede ser de interés para las agencias de viajes que deseen consultar información sobre los servicios turísticos en la provincia o conocer las rutas culturales que ofrece, que están adecuadamente descritas en la página.

6.6



**Entrada /** Presenta, en una primera página bien estructurada, el acceso a todas sus áreas y diversas promociones turísticas.



**Producto /** Ofrece información de sus temas de interés por tipo, y una amplia descripción de sus promociones turísticas.



**Reserva /** Ofrece un buscador de alojamientos, con su descripción y el enlace con su web si existe y otro de restaurantes.

# Hotels4U ofrece a las agencias de viajes una completa central 'web'

Hotels4U es una central de reservas de alojamientos y traslados en la mayor parte del mundo, que ofrece una página bien diseñada, con un área específica para las agencias de viajes de múltiples países, pero que sólo presenta una versión en inglés.



www.hotels4u.com

La central de reservas **Hotels4U.com** perteneciente al Grupo Thomas Cook, presenta una página muy completa y de fácil uso, en la que ofrece, tanto al cliente final como al las agencias de viajes de la mayor parte del mundo, la gestión de una amplia oferta de alojamientos de ciudad y de playa, así como de traslados desde los aeropuertos a sus hoteles. La página incluye una correcta información de los alojamientos, sus alternativas y sus precios y un sencillo sistema de reservas, aunque presenta todo ello en una única versión en inglés.

## INFORMACIÓN

En toda su gestión distingue dos tipos de establecimientos: de playa y de ciudad. Permite acceder por zona, destino y marca. Presenta la relación de alternativas con su precio mínimo y una descripción general del hotel seleccionado, su situación y galería de fotos.

## RESERVA

Ofrece un sistema de reservas fácil de utilizar, en tres pasos, que incluye una opción especial para las agencias de viajes. Ofrece información sobre habitaciones y precios y permite incluir varios tipos de habitación en la misma reserva, pero no el acceso posterior.

## GENERAL

La página incluye también alguna información sobre la empresa y todas sus direcciones de contacto, así como un área de ayuda para el cliente y sus condiciones de colaboración con las agencias de viajes en todo el mundo, incluyendo un formulario de solicitud de alta.

### ▲ Lo Mejor / Completo

Ofrece un servicio muy completo de información y reservas de hoteles y traslados en la mayor parte del mundo.

### ▼ Lo Peor / Idiomas

La página, a pesar de ofrecer sus servicios a agencias de viajes en todo el mundo, sólo presenta versión en inglés.

## HOTELS 4U / 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 ESPECIFICA AGENCIAS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Hotels4U, tanto por su amplia oferta como por su facilidad de gestión, ofreciendo un área especial para agencias de viajes de cualquier país, resulta de utilidad para los profesionales de Turismo, aunque con la limitación de ofrecer únicamente versión en inglés.

7.4



**Entrada /** Presenta el acceso a sus cuatro áreas de producto, la primera pantalla de reservas y sus ofertas por tipo de destino.



**Producto /** Accediendo de forma escalonada por tipo, zona, destino y marca ofrece la relación y la descripción del hotel.



**Reserva /** Dispone de un sencillo sistema de reservas, incluyendo un área específica para las agencias de viajes.

# Indicadores

## EL PULSO

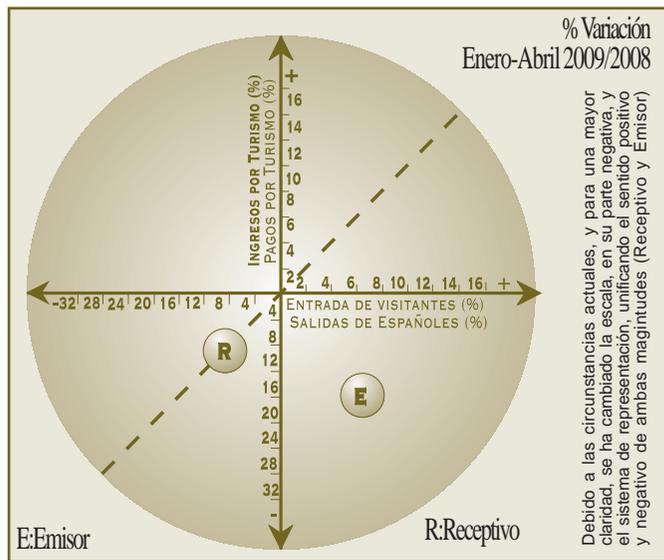
### El BSP en picado

LEGARON LOS DATOS DEL BSP de junio, y por desgracia no trajeron sorpresa alguna. La caída continuó por todos los destinos, aunque en general fue algo más moderada que en meses anteriores, dando como resultado un retroceso mensual algo menor que el semestral. En el caso de la producción nacional en la cual el efecto Ave ya va quedando descontado, la baja de junio fue del 22% con respecto al mismo mes de 2008, en tanto que par el acumulado del semestre se registró un 25% de retroceso. En el caso internacional, Extremo Oriente fue el área que más sufrió con un descenso del 28% en junio y el 35% en el semestre, mientras que África fue la zona con menor caída, de solo el 4% en junio, y del 10% en la mitad del año. Sin embargo, las dos zonas más importantes en volumen, Europa y América, bastante similares en su volumen total, experimentaron una baja del 23 y 26% respectivamente para las cifras del mes de junio, y del 27 y el 31% para las del acumulado.



JOSÉ ARQUERO

SITUACION RECEPTIVO Y EMISOR



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

EL IPC DE JUNIO referente al Emisor, esto es el epígrafe del viaje organizado registró un alza mensual, típica de la estación, que no debería tener mayor trascendencia. Sin embargo, sí la tiene el hecho de que en tasa interanual se aprecia un incremento del 0,9% con relación al mismo mes del año pasado, a pesar del evidente descenso de la deman-

da, lo cual puede indicar que ya se ha recortado por completo todo el margen de maniobra para compensar la recesión. Por otro lado, la nueva presión del petróleo, con un dólar estable, puede forzar incrementos en los precios del transporte aéreo —de hecho su IPC también tiende al alza, aunque no interanual— que lógicamente repercutirían en el viaje organizado.

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

## Guía NEXOTUR de Divisas del Mundo

PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio
AFGANISTAN	Afgani	66,51	DINAMARCA	Corona	7,45	LETONIA	Lats	0,70	RUMANIA	Leu	4,21
ALBANIA	Lek	130,92	DJIBOUTI	Franco	243,64	LIBANO	Libra	2.102,48	RUSIA	Rublo	43,78
ANGOLA	Kwanza	108,95	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,78	LIBERIA	Dólar	98,02	SALOMON	Dólar	11,14
ANT. NEERL.	Guilder	2,51	ECUADOR	Dólar	35.006,30	LIBIA	Dinar	1,74	SAMOA OCC.	Tala	3,82
ANTIGUA	Caribe	3,78	EEUU	Dólar	1,40	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,78
ARABIA SAUDI	Rial	5,25	EGIPTO	Libra	7,83	MACAO	Pataca	11,18	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	102,64	EL SALVADOR	Colón	12,25	MACEDONIA	Denar	61,61	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,78
ARGENTINA	Peso	5,32	ERITREA	Nakfa	21,00	MADAGASCAR	Franco	2.730,49	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,78
ARMENIA	Dram	506,19	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,94	SAO TOME	Dobra	21.633,90
ARUBA	Florin	2,51	ETIOPIA	Birr	15,91	MALAWI	Kwacha	196,88	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,75	FIJI	Dólar Fiji	2,91	MALDIVAS	Rupia	17,92	SERBIA	Dinar	93,38
AZERBAIJAN	Manat	1,13	FILIPINAS	Peso	67,34	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	19,20
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,40	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,86	SIERRA LEONA	Leone	4.600,51
BAHRAIN	Dinar	0,53	GAMBIA	Dalasi	36,79	MARRUECOS	Dirham	11,28	SINGAPUR	Dólar	2,04
BANGLADESH	Taka	96,67	GEORGIA	Lari	2,32	MAURICIO	Rupia	45,30	SIRIA	Libra	64,41
BARBADOS	Dólar Barbados	2,80	GHANA	Cedi	2,10	MAURITANIA	Ouguiya	374,57	SOMALIA	Shilling	1.911,34
BELIZE	Dólar Belize	2,73	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,78	MEXICO	Peso	18,54	SRI LANKA	Rupia	160,89
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,40	MOLDAVIA	Leu	15,72	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,08
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,40	GUATEMALA	Quetzal	11,43	MONGOLIA	Tugrik	2.020,56	SUDAFRICA	Rand	11,08
BHUTAN	Ngultrum	67,07	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,33
BIELORRUSIA	Rublo	3.965,51	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTSERRAT	Dólar	3,78	SUECIA	Corona	10,87
BOLIVIA	Boliviano	9,83	GUINEA ECUAT.	Franco	6.896,24	MOZAMBIQUE	Metical	37,34	SUIZA	Franco	1,52
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	285,64	MYANMAR	Kyat	8,98	SURINAM	Dólar	3,84
BOTSWANA	Pula	9,64	HAITI	Gourde	55,66	NAMIBIA	Rand	11,08	TAILANDIA	Baht	47,73
BRASIL	Real	2,73	HONDURAS	Lempira	26,46	NAURU	Dólar	1,75	TAIWAN	Dólar	46,03
BRUNEI	Dólar Brunei	2,04	HONG-KONG	Dólar	10,85	NEPAL	Rupia	107,32	TAJIKISTAN	Somoni	5,22
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	272,54	NICARAGUA	Gold	28,48	TANZANIA	Shilling	1.837,83
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	67,07	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.722,66	INDONESIA	Rupia	14.268,50	NIGERIA	Naira	207,08	TONGA	Pa'anga	2,81
CABO VERDE	Escudo	109,63	IRAN	Rial	13.922,00	NORUEGA	Corona	8,96	TRINIDAD	Dólar	8,81
CAMBOYA	Rial	5.867,05	IRAQ	Dinar	1.617,29	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,22	TUNEZ	Dinar	1,88
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,15	OMAN	Rial	0,54	TURKMENISTAN	Manat	19.904,60
CANADA	Dólar Canada	1,62	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,40	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,40
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,40	PAKISTAN	Rupia	114,18	TURQUIA	Lira	2,15
CHILE	Peso	757,61	ISLANDIA	Corona	177,15	PANAMA	Balboa	1,40	TUVALU	Dólar Australiano	0,57
CHINA	Yuan (o)	9,57	ISRAEL	Shekel	5,44	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,66	U.E.A.	Dirham	5,14
COLOMBIA	Peso	2.916,86	JAMAICA	Guaraní	124,17	PARAGUAY	Guaraní	7.029,26	UCRANIA	Karbovanets	10,68
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	134,52	PERU	Nuevo Sol	4,22	UGANDA	Shilling	2.925,13
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,99	POLONIA	Zloty	4,35	URUGUAY	Peso	32,44
CONGO (R.D.)	Franco	1.070,87	KAZAKHSTAN	Tenge	210,62	PUERTO RICO	Dólar USA	1,40	UZBEKISTAN	Sum	2.077,27
COREA NORTE	Won	200,31	KENYA	Shilling	106,21	QATAR	Rial	5,10	VANUATU	Vatu	147,73
COREA SUR	Won	1.772,58	KIRGUISISTAN	Som	60,35	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar	3,01
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,75	R. DOMINICANA	Peso	50,27	VIETNAM	Dong	24.918,10
COSTA RICA	Colón	806,39	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,40	REINO UNIDO	Libra	0,86	YEMEN	Rial	283,93
CROACIA	Kuna	7,33	LAOS	Kip Pot Po	11.911,90	REP. CHECA	Corona	25,89	ZAMBIA	Kwacha	7.225,29
CUBA	Peso Cubano (o)	1,40	LESOTHO	Maluti	11,08	RUANDA	Franco	796,04	ZIMBABUE	Dólar	599,31

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
Ingresos por turismo	Enero-Abril 2009	9.524 M €	-11,7% (anual)	Moderación estacional
Pagos por turismo	Enero-Abril 2009	2.684 M €	-17,3% (anual)	Continúa el desplome
Viajes de los españoles	Mayo 2009	15,6M.	7,3% (interanual)	Más viajes al extranjero
IPC (Viaje organizado)	Junio 2009	105,053	+0,9% (interanual)	Estabilidad pese a la recesión

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

## Previsión

**Dólar USA**

13.7.2009  
1,399 \$/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,459 \$/€
	6 Meses	1,460 \$/€
	12 Meses	1,466 \$/€

**Yen Japonés**

13.7.2009  
130,050 ¥/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	129,012 ¥/€
	6 Meses	128,616 ¥/€
	12 Meses	129,059 ¥/€

**Libra Esterlina**

13.7.2009  
0,861 £/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,861 £/€
	6 Meses	0,862 £/€
	12 Meses	0,863 £/€

# 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 Mahonia, 2 MADRID	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
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 Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3ª BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2151760
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CLUB DEL VIAJERO (TOURBOU) Pza. de España, 6 BURGOS	☎ 902-410110/670657657 Fax 947-206912
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 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 91-5614469
ENTORNO NATURAL COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 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
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 MANS FRONTERAS COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS 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, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
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 Ángela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 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 Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4ª MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Eptla Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ª BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpa. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4ª	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

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

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

### Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
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 Fleta, 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
CONFORTEL HOTELES 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
HOSPERERIAS REALES Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA-HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guillard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6ª, 6ª BARCELONA	☎ 902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
RESTEL Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	☎ 91-7365040 Fax 91-7365040
RIU 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

### 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	☎ 902-300202 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 3ª B MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

### 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
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ª MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1ª D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

### Servicios

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

### Cadenas hoteleras

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

### 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 91-5877575
INTER-FLIGHTS Los Arfe, 66 MADRID	☎ 91-5590443-44 Fax 91-5590520
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
SPANAIR Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA	☎ 902-131415-971-745020 Fax 971-492553
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2ª Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

### Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 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

**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!**

Considere 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. Telf: 914422909

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

## Las agencias de viajes buscan comerciales para captar clientes

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.

■ **IA Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes en continua expansión nacional precisa incorporar comercial para el departamento de Empresas. Sus funciones serán la gestión de cuentas de clientes, así como su captación y mantenimiento. Requisitos: experiencia demostrable en gestión comercial en agencias de viajes. Capacidad para trabajo en equipo. C.V.: maribel.espana@iaviages.com.

■ **Grupo Marsans.** Agencia de viajes. Madrid. Auxiliar del departamento de Grandes Viajes. Requisitos: estudios de Turismo. C.V.: jbueno@marsans.es.

■ **Dreamberry.** Servicios de marketing. Madrid. Buscamos comercial freelance para venta a comisión en agencias de viajes y turoperadores. Requisitos: experiencia en puesto similar, preferiblemente relacionado con el Turismo. C.V.: info@dreamberry.es.

■ **Viajes Arenas.** Agencia de viajes. Madrid. Incorporación inmediata. Ofrecemos jornada completa en un equipo joven y dinámico. Requisitos: solicitamos personal con experiencia en agencia. Se valorarán conocimientos de Amadeus. C.V.: celia@viajesarenas.es.

■ **Travel Loop.** Soluciones informáticas. Madrid. Se buscan comerciales para toda España con conocimientos en agencias de viajes para el lanzamiento de una plataforma *online*. Requisitos: conocimiento de la operativa de agencia de viajes, así como de Internet a nivel de usuario. C.V.: nalberca@travelloop.es.

■ **Godwana Experiences.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos personas con capacidad de traer clientes tanto de empresas como particulares. La remuneración estará ligada a objetivos. Requisitos: cartera de contactos tanto en particulares de alto nivel como en empresas. C.V.: andoni@godwana.es.

■ **Explora Acción Viajes y Aventura.** Agencia de viajes. Madrid. Puesto en atención al público, manejando cotizaciones para viajes privados y a medida en destinos de larga distancia. Requisitos: Galileo y Amadeus, dos años de experiencia en departamento de producto en mayorista o minorista especializada en viajes a medida y conocimientos de inglés escrito para comunicación con correspondientes. C.V.: rrrh@explora-accion.com.

■ **Hotel Vía Lusitana.** Madrid. Ofrecemos prácticas en el departamento de Recepción. Requisitos: imprescindible estar cursando el último curso de la diplomatura de Turismo o estudios de postgrado para realizar el convenio de prácticas con la Universidad. C.V.: dir.hvl@egidohoteles.com.

■ **Reservar y Viajar.** Agencia de viajes. Madrid. Ofrecemos puesto de colaboración desde casa. Ingresos en función de las ven-

tas realizadas. Requisitos: experiencia en un puesto similar. C.V.: d994@marsans.es.

■ **Ausinco.** Hostelería. Madrid. Buscamos recepcionista para apartahotel, turno rotativo de mañana, tarde o noche. Requisitos: dominio de programa hotelero Millenium, nivel alto de inglés y francés. C.V.: recepcion@apartamentosprincipepio.com.

■ **Fam Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Puesto para agente con perfecto conocimiento de Savia, Amadeus y Renfe. Ofrecemos incorporación inmediata. Requisitos: experiencia e inglés. C.V.: fvalencia@e-savia.net.

■ **Zafiro Tours.** Agencia de viajes. Alicante. Agencia de Alicante ofrece la posibilidad de realizar prácticas formativas no remuneradas. Requisitos: conocimientos de Savia y Amadeus. C.V.: rrrh@zafiro-tours.es.

■ **Viajes Emptur.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes busca administrativo. Requisitos: indispensable dominio de Contaplus y Orbis. C.V.: labraca@emptur.com.

■ **Viajes JGB.** Agencia de viajes. Madrid. Se ofrece posibilidad de prácticas en agencia de viajes minorista. No es necesaria experiencia. C.V.: viajesjgb@terra.es.

■ **Día Libre Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Experiencia en grandes viajes y empresas, buena presencia y organizado. Requisitos: Amadeus, Renfe, conocimientos de páginas web, inglés. C.V.: blanca.duran@dialibre.com.

## Demanda de empleo

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.** 39 años. Madrid. javiertravel1969@hotmail.com. ☎ 653874738.

■ **Responsable empresas.** 59 años. Madrid. cbarreda30@hotmail.com. ☎ 620 25 50 08.

■ **Agente de viajes.** 39 años. Madrid. pumuki70@yahoo.es. ☎ 608 20 36 77.

■ **Comercial.** 42 años. Sevilla. frasero@hotmail.com. ☎ 619 89 00 92.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Gijón. patria\_fernandez@hotmail.com. ☎ 680 52 82 04.

■ **Agente de viajes.** 29 años. Madrid. yesicaacosta@msn.com. ☎ 647 83 29 38.

■ **Técnico de innovación turística.** 29 años. Badajoz. merryblahi@hotmail.com.

■ **Administrativo.** 26 años. Madrid. aliciaawilder@gmail.com. ☎ 615 43 62 50.

■ **Agente de viajes.** 49 años. Madrid. arka1010@telefonica.net. ☎ 678 47 01 59.

■ **Agente de viajes.** 29 años. Madrid. minnie\_28@hotmail.com. ☎ 637 41 41 53.

■ **Agente de viajes.** 28 años. Madrid. s.pashova@yahoo.es. ☎ 691 19 44 46.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Oferta de grandes viajes

⇒ Nubia Tours ofrece en su página web una **información** muy completa y bien presentada de toda su programación de grandes viajes a Egipto y otras muchas zonas del mundo, pero sólo permite solicitar las reservas, no gestionarlas a través de Internet.

⇒ Resulta de **utilidad** por la información que ofrece de sus programas.

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



<http://www.nubiatours.com>

## Sol y playa en España

⇩ La cadena MedPlaya presenta en Internet una página muy bien diseñada, aunque no dispone de área específica para las agencias de viajes, para consultar **información** y gestionar reservas en sus hoteles en la costa mediterránea española.

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

⇩ No ofrece la posibilidad de gestionar **reservas** a las agencias.



<http://www.medplaya.com>

## Vuelos con escala en Praga

⇩ Las Líneas Aéreas Checas presentan una página completa en cuanto a su diseño y facilidad de uso. En su versión española **informa** de todos sus vuelos, pero sólo permite las reservas entre aeropuertos españoles y otros destinos con escala en Praga.

⇒ Su **utilidad** está limitada a sus vuelos desde España.

⇩ No ofrece la gestión de sus **reservas** a las agencias de viajes.



<http://www.czechairlines.com>

## Cruceros en todo el mundo

⇩ Celebrity Cruises ofrece a las agencias de viajes una página con **información** de sus cruceros y en la que pueden gestionar, de forma exclusiva, sus reservas. Sin embargo, en su versión para EEUU ofrece la reserva también a los usuarios registrados.

⇩ Por su información y gestión de reservas es una página de **utilidad**.

⇩ Ofrece a las agencias una gestión exclusiva de **reservas**.



<http://www.celebritycruises.com>

## Turismo en Costa Rica

⇒ El Instituto Costarricense de Turismo ofrece en Internet un sistema de **información** general sobre el Turismo en este país en el que incluye la legislación turística y un área especial de contenidos para empresas del Sector registradas en la web.

⇒ Su **utilidad** mejoraría ampliando su nivel de información.

⇩ Para la gestión de **reservas** sólo ofrece un formulario.



<http://www.visitcostarica.com>

## Eventos en Málaga

⇩ El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga presenta una web muy completa en la que **informa** a los organizadores de eventos sobre sus espacios y servicios, además de los calendarios de ferias y congresos programados con una completa información.

⇩ Ofrece una información **útil** sobre sus espacios, servicios y tarifas.

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



<http://www.fycma.com>

## LEGISLACIÓN

### Resoluciones

#### Nueva agencia de viajes

✓Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Resolución de 3 de mayo de 2009, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título-licencia de agencia de viajes minorista a favor de Gure Amets Bidaiak con el código identificativo de Euskadi C.I.E. 2273 y sede social en c/ Biteri nº 2, Local 2-B de Errenteria (Guipuzcoa).

✓Resolución de 8 de junio de 2009, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de 'Fiesta de Interés Turístico Internacional' al Corpus Cristi, de Pontearas (Pontevedra).

✓Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Resolución de 8 de junio de 2009, de la Delegación Provincial de Almería, por la que se hacen públicas las subvenciones concedidas en materia de turismo, modalidad 2, líneas 1 y 10, referidos a establecimientos de alojamiento turístico y creación de establecimientos con ofertas de turismo específicos (convocatoria extraordinaria 2008).

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSOS

### Aprender italiano en Cerdeña

#### Come Mai organiza cursos de idiomas, cultura y cocina

Cerdeña es una de las zonas del Mediterráneo con mayor tirón turístico. Sus hermosas calas, bañadas por aguas cristalinas, atraen cada año un gran número de turistas procedentes de todas partes del planeta. Aunque la isla se ha convertido en un referente en el segmento de Turismo de lujo, todavía conserva sus encantos naturales. Come Mai, empresa dedicada desde hace años a la difusión de la cultura italiana, aprovecha los encantos de la isla para atraer a los españoles que quieren profundizar en la cultura, idioma y gastronomía de la región.

La empresa italiana propone para este verano cursos de italiano con alojamiento en casas particulares, o incluso granjas, aderezado con cursos de cocina típica del país, rutas en bicicleta, visitas y senderismo. Las clases se imparten en uno de los lugares más bellos del Mediterráneo, Ogliastra. Concretamente, el pequeño pueblo de Triei, a ocho kilómetros del mar y rodeado de bosques típicos del Mediterráneo, es el lugar escogido por la empresa italiana. El



curso mezcla las clases de idiomas con otras actividades más lúdicas que van desde cursos de cocina sarda, hasta visitas y actividades al aire libre en los lugares más inexplorados y atractivos de la isla. El viaje completo, que incluye cursos, actividades al aire libre, visitas a los principales atractivos de la isla, dura dos semanas. Los viajeros podrán elegir entre dos fechas de salida, el 27 de julio o el 10 de agosto, regresando el 5 y 19 de agosto, respectivamente. Para ampliar la información sobre estos cursos puede acceder a la siguiente página web: [www.comemai.it](http://www.comemai.it).

## LIBROS

### Manual de ventas de Sol Meliá

#### Hoteles en destinos lejanos

Sol Meliá y TUI Alemania han creado un manual de ventas conjunto para dar a conocer los hoteles de la cadena hotelera mallorquina en destinos de larga distancia. La publicación será repartida entre más de 5.000 agentes de viajes de Alemania. La cadena hotelera explica que el documento ofrecerá "información detallada" sobre las marcas de Sol Meliá, la oferta de los establecimientos en América y Asia, así como detalles de sus instalaciones y prestaciones, dentro del catálogo de TUI.

El manual irá acompañado de un DVD con los vídeos de los diferentes establecimientos y servicios de Sol Meliá, para lo que se ha seleccionado 33 de los mejores hoteles con los que cuenta la cadena en el segmento de larga distancia. La elaboración de este manual forma parte de la colaboración existente entre el turoperador alemán y la cadena hotelera en materia de marketing y promoción.

## CALENDARIO

### Citas de interés del mes de julio

●Del 20 al 24 de julio de 2009, 'Destinos turísticos consolidados', Alicante. La Universidad Rafael Altamira reúne a expertos del Sector con el objetivo de analizar temas como los retos del Turismo, nuevos enfoques en la promoción turística o el papel de los espacios naturales. Este curso cuenta con la colaboración de la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante, el Ayuntamiento de Benidorm, la Conselleria de Turisme y el Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca y está dirigido tanto a profesionales como a estudiantes. Para más información consultar [www.univerano.ua.es](http://www.univerano.ua.es).

●Del 22 al 23 de julio de 2009, 'Transporte aéreo: cambio climático y efecto invernadero', La Granja de San Ildefonso. Curso dentro del programa de formación de la Universidad Politécnica de Madrid que versará sobre los problemas medioambientales y su relación con el transporte aéreo. Para más información consultar la siguiente página web: [www2.upm.es](http://www2.upm.es).

# 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



## SUBEN

### Antonio Vázquez



Antonio Vázquez es el nuevo presidente y primer ejecutivo de Iberia después de que el consejo de administración de la aerolínea lo acordara por unanimidad tras aceptar la renuncia presentada por el hasta ahora máximo ejecutivo, Fernando Conte.

### Adolfo Utor



El máximo mandatario de Euro-líneas Marítima (Baleria), Adolfo Utor, sustituye a Juan Riva como presidente de la Asociación de Navieros Españoles (Anave). El presidente saliente será nombrado presidente de la Asociación Europea de Navieros.

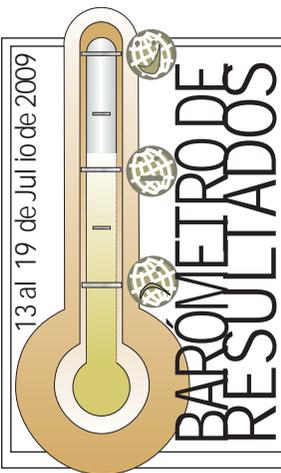
### Pedro Antón



SEGITTUR ha sido elegida para la presidencia, en la figura de Pedro Antón, y el secretariado de Eureka Tourism hasta el 2012. El objetivo de esta iniciativa europea es fomentar la innovación tecnológica en el sector del turismo, el ocio y la cultura.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves .....	2
Protagonista / Rafael Sánchez .....	3
Entrevista / José Luis Muñoz .....	4
Escaparate .....	5-13
Mostrador .....	15-17
Club .....	19
Hotelería .....	21-23
Evaluatnet .....	26-27
Indicadores .....	28
Booking .....	29
Ofertas de empleo .....	30
Agenda .....	31



13 al 19 de Julio de 2009

## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Sigue la oferta como criterio decisivo

De nuevo el precio y la mejor oferta fue el criterio determinante en las decisiones de compra. Esta actitud hace, además, que se produzcan dientes de sierra con días de mucha actividad seguidos por otros más calmados. Se aprecia una gran avidez de información por parte de los clientes, peor al mismo tiempo el mismo exceso informativo les lleva a la confusión, de manera que consultan profusamente Internet, pero acaban recurriendo a la agencia para rematar la operación. La costa peninsular, especialmente Huelva y Cádiz se perfilan como destinos estrella en detrimento de las Islas, pero por otro lado, continúa el éxito de los cruceros y otras fórmulas de «todo incluido».



20 al 26 de Julio de 2009

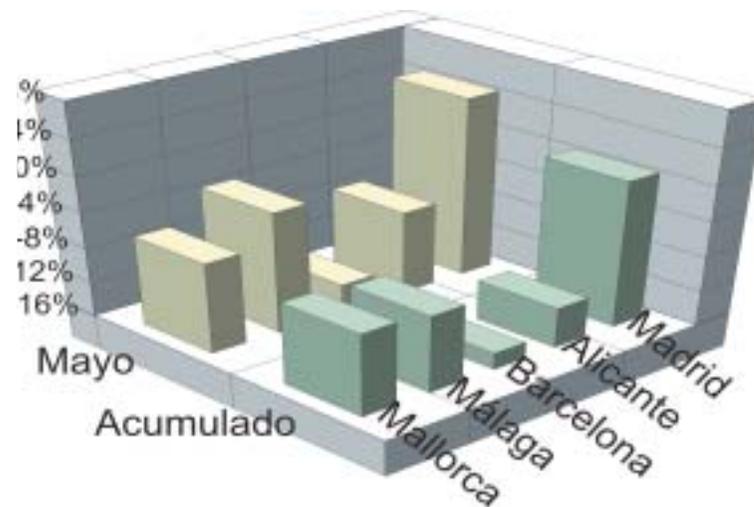
## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

## COYUNTURA

### Las 'low cost' pierden viajeros

Aunque la caída es generalizada, las aerolíneas de 'bajo coste' ganan terreno a las tradicionales. Según datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), de los más de 5,1 millones de pasajeros internacionales llegados por esta vía, cerca del 52%, viajó en compañías aéreas low cost. Sin embargo, las principales potencias emiten menos turistas a través de esta clase de aerolíneas, a excepción de Francia y Bélgica.

### Variaciones de los aeropuertos



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET)

© NEXOTUR

La crisis provoca que los clientes busquen cada vez con mayor ahínco productos económicos. Un ejemplo de esta tendencia es el comportamiento de las aerolíneas de 'bajo coste'. A pesar de que también se están viendo perjudicadas por la crisis económica, experimentando un descenso del número de pasajeros internacionales transportados con destino España, las aerolíneas denominadas low cost parecen resistir mejor la coyuntura adversa.

Según los datos facilitados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), procedentes de AENA, en mayo llegaron a España 5,1 millones de pasajeros por vía aérea, un 11,1% menos que en el mismo periodo de 2008. Mientras que las aerolíneas de 'bajo coste' pierden un 7,2% de pasajeros, las tradicionales presentan una evolución aún peor, cerrando el mes con una caída del 14,9%. La disminución más atenuada de las low cost provoca que esta modalidad supere en más de 200.000 pasajeros a las tradicionales. En concreto, durante el pasado mes de mayo, las primeras concentraron el 51,8% de las llegas. En cuanto al grado de ocupación, aunque el de las compañías de 'bajo coste' fue inferior al registrado en mayo de 2008, es 6,5 puntos mayor al de las tradicionales.

### Ryanair, la única que crece

Por aerolíneas, Ryanair, Easyjet y Air Berlin, se mantienen un mes más a la cabeza. Entre las tres han transportado aproximadamente seis de cada diez pasajeros internacionales llegados a España. Si bien únicamente

Ryanair incrementa su actividad respecto al mismo periodo de 2008.

Las grandes potencias emisoras experimentan evoluciones negativas en mayo. Reino Unido, que se mantiene en primera posición, concentrando el 38,1% de las llegadas, registra un descenso del 7,4%. A

continuación le sigue Alemania, que, pese a ser el origen de uno de cada cuatro pasajeros llegados en aerolíneas low cost, cierra el mes con una reducción del 6,2%. Italia, tercer potencia emisora de viajeros en esta modalidad aérea, no experimenta variación alguna.

Desmarcándose de la caída generalizada aparecen mercados como Francia, Bélgica y Rumanía. Los dos primeros registran en mayo ligeros crecimientos interanuales del 1,5% y 1,8%, respectivamente, mientras que Rumanía cosecha un significativo avance del 22,3%.

En cuanto a los aeropuertos de destino, solamente los de Madrid-Barajas e Ibiza mejoran los resultados de mayo del pasado ejercicio. El de Madrid, el quinto más transitado en lo que respecta a esta modalidad de aerolíneas, recibe el 8,4% de visitantes internacionales llegados en aerolíneas low cost, experimentando un incremento interanual del 4,5%. Más significativo es el aumento de Ibiza, concretamente del 24,3%. El resto de aeropuertos de destino concluyen mayo con variaciones negativas. Se mantienen como principales receptores los aeropuertos de Mallorca, Málaga y Barcelona, a pesar de registrar disminuciones del 5,7%, 2,3% y 12,8%, respectivamente.

Por Comunidades autónomas, Baleares se mantiene como la que más pasajeros de esta clase recibe, aglutinando el 25,8% de las llegadas. Este destino experimenta una disminución del 2,4% en comparación con el mismo periodo de 2008. Le sigue Cataluña, con el 21,5% de las llegadas, experimentando un retroceso del 9,7%. Entre las principales potencias receptoras destaca la evolución negativa de la cuarta Comunidad más transitada, la Comunidad Valenciana, que pierde un 15,7% de pasajeros. Madrid, con un 4,5% más, es la única región que presenta una evolución positiva.

## ¿Qué opinas de las webs de reservas de tus Proveedores?

Nexotur.com te ofrece la posibilidad de integrarte en el Club online Nexotur.com sólo para agentes y dar tu opinión (de forma anónima y a primeros de mes) sobre las plataformas de reservas en Internet de los Proveedores. A cambio de tu valiosa colaboración recibirás tu Carnet de Socio del club, con el que obtendrás descuentos especiales, invitación a actividades del grupo NEXO y regalos seguros por cortesía de Nexotur.com.

Envía un e-mail (con tu nombre, agencia, email y teléfono) a [club@nexotur.com](mailto:club@nexotur.com)