



**TALEB RIFAI**  
**Caída del 6% en 2009**  
PÁG. 8 / La OMT estima que al Turismo caerá entre el 4% y 6% en este año



**MIGUEL SEBASTIÁN**  
**España y el Turismo social**  
PÁG. 9 / En la presidencia de la UE España potenciará el Turismo senior europeo



**ALBERTO RUIZ GALLARDÓN**  
**Madrid 2016, no pudo ser**  
PÁG. 12 / Madrid se queda a las puertas de celebrar los Juegos Olímpicos 2016



**ANTONIO VAZQUEZ**  
**Rutas trasatlánticas**  
PÁG. 8 / CE acusa a Iberia, British y American Airlines de restringir competencia



**JOSÉ FERNANDO SÁNCHEZ**  
**Potencial del enoturismo**  
PÁG. 9 / Acevin considera que el enoturismo no se explota en grandes agencias

## FEAAV 'reinventa' su congreso en Jerez y se suma a la 'lista blanca'

FEAAV reúne más de un centenar de participantes en su congreso en Jerez

FEAAV se reinventa. Los crecientes retos que asumen los agentes de viajes han sido el hilo conductor de las renovadas Jornadas Técnicas de la Federación Española de Asociaciones

de Agencias de Viajes (FEAAV), celebradas en Jerez los días 2 y 3 de octubre, en las que la Federación se ha sumado a las 'listas blancas' de AGRUPA. [Escaparaté en pág. 3](#)



Manny Fontenla, de Thomas Cook.

### 'En recesión el viajero mira mucho el precio'

Para el consejero delegado de Thomas Cook, los destinos emergentes y la bajada del consumo afectan a España como destino. [Pág. 10](#)

### Una nueva línea ICO para transporte aéreo

El Gobierno lanza una nueva línea ICO de 600 millones de euros para apoyar al sector aéreo, "estratégico para el país". [Pág. 9](#)

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. [Pág. 21](#)



Inauguración del congreso de FEAAV celebrado en Jerez de la Frontera.

## NexoBusiness 2009 reúne al Sector el 15 de octubre en el Hotel Eurostars Madrid Tower

Los principales proveedores del sector del mercado de reuniones e incentivos español vuelven a mostrar su oferta en NexoBusiness. La cita es en Madrid, el próximo jueves 15 de octubre, en el Hotel Eurostars Madrid Tower. Paralelamente, se celebra la VII Convención NexoBusiness del Viaje de Empresa, que analizará la difícil coyuntura actual del sector, mediante varias mesas de debate y ponencias. [Escaparaté en pág. 11](#)



El Salón NexoBusiness recibe cada año a centenares de profesionales.

## El 32% de ventas de Renfe corresponde a las agencias

Bañares: 'Las relaciones son más que satisfactorias'

Hasta agosto, el 32% de las ventas de Renfe se han producido en agencias, el 31% en estaciones, el 23% en renfe.com y el resto en otros canales. Así, su director de Distribución y Servicios Comerciales, Víctor Bañares, destaca que "creemos que la relación con las agencias es más que satisfactoria". Renfe ha creado un sistema de venta amigable, nuevas tarifas y productos vacacionales. Por lo que "si le añadimos el gran crecimiento del mercado, hoy por hoy, vender Renfe es un gran negocio para las agencias". [Escaparaté en pág. 4](#)



Víctor Bañares, de Renfe Operador.

## La Balanza de Turismo sigue descendiendo

Tanto el Turismo emisor como el receptor empeoran sus cifras en julio. La caída de la demanda, sumada al recorte en el gasto, provoca que los ingresos derivados del Turismo disminuyan un 8,2%, hasta los 4.716 millones de euros, mientras que los pagos se contraen un 10,5%, hasta los 1.181 millones. El menor número de desplazamientos y la bajada de los precios provoca estas importantes caídas. [Escaparaté en pág. 6](#)

**AIRFRANCE**

NUEVA CLASE PREMIUM VOYAGER: una categoría intermedia entre las clases Affaires y Voyager, un 40% más de espacio a un precio muy atractivo, asiento con espacio privado, mayor distancia hasta el asiento delantero, conexión para el ordenador, mesa más amplia y un cómodo reposapiés.

HACEMOS DEL CIELO EL MEJOR LUGAR DE LA TIERRA.

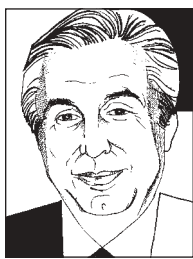
[www.airfrance.es](http://www.airfrance.es)

## ■ CLAVES

**Enfrentarse a nuevos retos (y II)**

AS AGENCIAS independientes tenemos que ser capaces de premiar abiertamente a quienes han confiado en nosotros para distribuir sus productos, pero esto no será posible sin el compromiso de los puntos de venta que representamos.

Si ya tenían difícil competir con las grandes y poderosas redes, ahora se enfrentan a nuevos retos, como los grandes descuentos, muchos de ellos en claro *dumping*, que están ofreciendo algunos turroperadores o sectores. Muchos de ellos animando claramente al consumidor a *salirse* a la agencia de viajes, sembrando comentarios que invitan a pensar al profano en la materia que comprar en una agencia es mucho más caro que si lo hacen directamente.



☞ JOSÉ LUIS RAMIL

El año, en este sentido, está siendo especialmente duro. Se ha hablado desde hace tiempo de impulsar unas 'listas blancas' para fomentar entre los miembros asociados las ventas de las empresas que cumplen con unos mínimos de ética comercial y actúan con arreglo a la normativa. Creo que ha llegado el momento de coger al toro por los cuernos y, de verdad, tomar medidas frente a determinadas empresas.

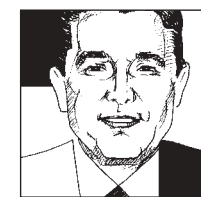
Las agencias independientes tenemos que ser capaces de premiar abiertamente a quienes han confiado en nosotros para distribuir sus productos, pero esto no será posible sin el compromiso de los puntos de venta que representamos, pues de nada vale llegar a acuerdos que las agencias luego no cumplan amparándose en disculpas que todos conocemos y no hay por qué repetir.

En línea con los objetivos de Agrupa como asociación, centraré mi trabajo en reforzar la unidad del sector y en conseguir implantar un código de conducta en el que proveedores y agencias de viajes se encuentren cómodos. Las agencias reunidas en Agrupa representamos alrededor del 40% del sector minorista. Creo que tenemos una fuerza considerable y mucho que decir. La pauta que marquemos puede significar un antes y un después en el futuro en el sector. Así lo creo y con este espíritu comienzo mi presidencia. No son tiempos para andarse con paños calientes ni con medias tintas porque está en juego, y ahora de verdad, la supervivencia de muchas agencias y de muchas familias.

☞ José Luis Ramil es presidente de la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (Agrupación de Agencias de Viajes).

**E**'EurekaTourism tiene como objetivo definir las principales líneas de desarrollo tecnológico y la generación de proyectos de I+D que den como resultado productos, procesos y servicios innovadores con base tecnológica de interés comercial', explica su presidente

## TRIBUNA



☞ PEDRO ANTÓN

**El proyecto Eureka en el Turismo**

TURISMO E INNOVACIÓN SON dos conceptos que invariablemente deben ir unidos para garantizar la competitividad de una de las industrias con más peso económico en el mundo. En este sentido, EurekaTourism es un proyecto estratégico en el ámbito del Programa Eureka cuya finalidad, contribuir a la mejora sostenible del sector del turismo y el ocio por medio del desarrollo y la innovación tecnológica, resulta fundamental.

EurekaTourism tiene como objetivo definir las principales líneas de desarrollo tecnológico y la generación de proyectos de I+D que den como resultado productos, procesos y servicios innovadores con base tecnológica de interés comercial.

En Segittur (Sociedad Estatal para la gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas) estamos de enhorabuena, renovar nuestro cargo al frente de la presidencia y el secretario de la iniciativa EurekaTourism significa cumplir con su objetivo de ser un nexo entre el Sector Turístico y las nuevas tecnologías y la innovación. Por otra parte, como sociedad estatal bajo la tutela de la Secretaría de Estado de Turismo significa también otra forma de contribuir al liderazgo de España en materia turística y de innovación.

Segittur ha prolongado la Presidencia del EurekaTourism hasta el 2012, después de que se aprobase la renovación en la conferencia interministerial Eureka celebrada en Lisboa el pasado 18 de junio. De esta manera, seguiremos coordinando esta iniciativa para el fomento de la participación de empresas europeas en el programa de cooperación internacional Eureka, en el ámbito de la I+D / I+D+i.

El Secretariado EurekaTourism, gestionado por la Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística, S.A. (Segitur), es la oficina técnica desde la que se promociona la generación de proyectos y búsqueda de socios. Ofrece asesoramiento para la elaboración del perfil conjunto del proyecto, la búsqueda de financiación adecuada y la tutela del proyecto hasta su aprobación.

En los últimos tres años (2006-2009) todos los proyectos Eureka han recibido financiación. Los proyectos han sido Topshop, CICO, Beauty, Itinere, Interoperability B2B, el hotel del siglo XXI y Questia.

El programa Eureka, con más de 20 años de experiencia y la partici-

pación de cerca de 40 países, tiene como objetivo abordar nuevas tecnologías que permitan mejorar la competitividad de Europa a través de una mayor cooperación científica y tecnológica entre los participantes y al mismo tiempo, consoli-

de diferentes países miembros. España es uno de los países más activos en Eureka y lidera el 51,40% de los proyectos en los que participa.

El proyecto estratégico EurekaTourism se beneficia del funcionamiento flexible del programa



dar las bases para un crecimiento duradero y con creación de empleo. Fue en 2006 cuando Eureka retomó una línea específica de Turismo, ya que hasta entonces había estado varios años sin ella.

El principal objetivo de Eureka es aumentar la productividad y la competitividad de las industrias europeas y de las economías nacionales en el mercado mundial. Para alcanzar este fin, se ha movilizado una importante financiación pública y privada durante cerca de dos décadas para apoyar a la investigación y el desarrollo realizado dentro del marco Eureka.

Hasta la fecha se han realizado más de 2.800 proyectos por un valor total superior a los 25.000 millones de euros con una inversión pública y privada. Como consecuencia directa de esos proyectos innovadores principalmente en el campo de la tecnología, Eureka cuenta ahora con una red comprendiendo 13.000 socios en toda Europa.

**Más competitiva**

La meta de Eureka es conseguir que la industria europea sea más competitiva a través de la tecnología. Para ello promueve la realización cooperativa de proyectos con una clara aplicación al mercado y en los que colaboren, al menos, dos empresas o centros de investigación

Eureka y de la inexistencia de restricciones sobre el tipo de tecnología desarrollada o los participantes vinculados a los proyectos. Esto es una ventaja indiscutible para un sector como es el Turismo, donde las necesidades tecnológicas y de nuevos servicios abarcan una multitud de áreas y donde los agentes que operan provienen de diversos sectores e incluso de ámbitos institucionales diferentes.

Para esta nueva etapa que ahora comienza, Eureka Tourism se propone empezar una estrecha colaboración con plataformas tecnológicas de turismo, dar respuesta a la industria turística a través de la aplicación de las tecnologías y la innovación; y permitir que las empresas sigan recibiendo financiación para proyectos innovadores de colaboración europea de tecnología aplicada al Turismo.

Para el periodo 2009-2012, Eureka Tourism estará representado por 16 entidades públicas y privadas de 10 países. El Comité Consultivo Europeo está formado por España, a través de Segittur con la presidencia y el secretariado; la Fundación Tecnotur, Fundación Centro de Innovación de Andalucía (CINNTA), la Fundación IBIT, CICTourGune, y el ITH.

También forman parte de este comité Israel (Correlation System; Geosim System); Francia (Dev-Help), Reino Unido (TEAM Tourism Consulting), Chipre (E&E Travel

Providers); Portugal (INESC Inovação, Alentejo Network of Village Tourism), Austria (EC3 E-Commerce Competence Center), Bélgica (DeciZium) y Malta (Paragon Europe); Irlanda (Tourims Research Centre-Dit). Además, la Organización Mundial de Turismo apoya la iniciativa al igual que el CDTI como organismo y coordinador de Eureka en España.

Los proyectos Eureka son proyectos de I+D para el desarrollo de productos, procesos y servicios innovadores con base tecnológica y orientados al mercado. Una característica esencial es que deben contar con la participación de al menos dos países del Programa Eureka (38 países europeos y la Unión Europea), fomentar la cooperación y contemplar un intercambio tecnológico abierto entre participantes con una adecuada cualificación técnica, organizativa y financiera.

Los participantes definen de forma flexible, y según las necesidades de cada organización, los objetivos, la forma de participación, las tareas y los presupuestos (filosofía bottom-up). Está dirigido a empresas y abierto a la colaboración con otras entidades (centros tecnológicos, universidades y organismos públicos).

Ser un proyecto EurekaTourism significa poder beneficiarse del prestigio de la etiqueta Eureka, que confiere a la empresa un sello de calidad tecnológica y amplía su mercado potencial.

Es además una forma de facilitar el acceso a financiación pública y un soporte para la preparación de propuestas y para la búsqueda de socios (industriales, tecnológicos, usuarios).

EurekaTourism va dirigido a organismos públicos y privados tanto a organizaciones relacionadas con el Sector Turístico: hoteles, agencias de viajes, diferentes medios de transporte, empresas de restauración parques temáticos, la protección del medio ambiente, consultoría y otras instituciones. Como a organizaciones proveedoras de tecnologías susceptibles de aplicarse al sector: Compañías con conocimiento en TIC, multimedia, medio ambiente, transporte, industria agroalimentaria, tecnologías para la conservación y recuperación del patrimonio cultural y diseño urbanístico.

☞ Pedro Antón es director de Tecnología de SEGITTUR y presidente de EUREKATourism.

**Ahora nuestro objetivo es empezar una colaboración estrecha con plataformas tecnológicas de Turismo**

**En 2006 Eureka retomó una línea específica de Turismo, ya que había estado varios años sin ella**

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Del egado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero  
Coordinadora General: Marga González

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

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

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

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

## FEAAV reinventa su congreso

**F**EEAAV SE REINVENTA. Los crecientes retos que asumen los agentes de viajes han sido el hilo conductor de las renovadas Jornadas Técnicas de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), celebradas en Jerez los días 2 y 3 de octubre. Con una notable densidad de ponencias e intervenciones de empresarios y proveedores del Sector, el 24º Congreso de la Federación ha reunido a más de un centenar de participantes, bajo la presidencia del joven y brillante Rafael Gallego, quien hizo expreso su objetivo: "adaptarnos a los nuevos tiempos y ser más eficaces", razón por la cual "hemos cambiado el planteamiento del congreso", que ha de convertirse en "un instrumento de análisis objetivo del Sector y la necesaria reflexión para abordar nuestro futuro con perspectiva".

Inauguradas por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, quien alabó la figura del agente, las Jornadas técnicas se abrieron con una ponencia que intentó abordar "una nueva manera de mirar al cliente", que subrayó la necesidad de conocer mejor la demanda, adaptar el producto a las necesidades del cliente final y lograr fidelizarlo.

El nuevo formato del Congreso de FEAAV se basa en mesas redondas y coloquios. La primera, dedicada a aplicaciones tecnológicas en el Sector, moderada por el vicepresidente de nuevas tecnologías de FEAAV, Carlos Almoguera. La segunda, acerca de la coyuntura del receptivo, a cargo del vicepresidente de receptivo, Juan Oliver. Y la tercera, sobre la situación actual y el futuro de las agencias, coordinada por la vicepresidenta de FEAAV, Matilde Torres.

Excepcional acogida obtuvo la ponencia que denunció la "influencia negativa en agencias y consumidores de las recientes campañas de descuentos" (cuyo texto publicará la Tribuna de opinión de NEXOTUR), del presidente saliente de la Asociación de Grupos Comerciales (Agrupa), Agustín Lamana,

acompañado del nuevo líder de las agencias independientes, José Luis Ramil.

Las Jornadas de FEAAV pusieron de manifiesto las consecuencias de la inminente liberalización de la venta de viajes, en el curso de una lúcida ponencia sobre el "impacto de la adaptación a la normativa española de la Directiva Bolkestein", de María Dolores Serrano, especialista en Derecho turístico. Se cerraron las intervenciones con una aproximación a la problemática de la sucesión en la agencia familiar, moderada por Antonio Távora, vicepresidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Turismo (Ajetur).

Del excepcional caudal de datos e ideas surgidos de las nuevas (y excelentes Jornadas técnicas) de FEAAV cabe destacar dos intervenciones. La brillante y optimista ponencia del director general de Renfe Operador, Abelardo Carrillo, que redefinió al agente como "promotor de movilidad"; y la esperanzadora intervención del flamante jefe del Área de Agencias y Turoperadores de Iberia, Ricardo Palazuelo, quien subrayó la nueva política comercial del nuevo equipo que dirige Víctor Moneo: "nosotros creemos en las agencias".

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**FEAAV ha dado un gran impulso a su Congreso anual, mediante unas Jornadas técnicas cuyo formato, más dinámico y eficaz, hace de esta innovadora convocatoria una cita ineludible**

### ▲ check-in / LISTAS BLANCAS

#### FEAAV se suma a Agrupa

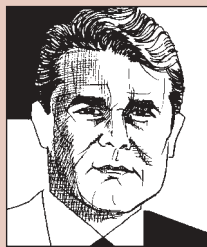
El presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agentes de Viajes, Rafael Gallego, adelantó la pasada semana (en las Jornadas de FEAAV en Jerez) al actual presidente de Agrupa, José Luis Ramil, y a su predecesor, Agustín Lamana, que "estamos por las listas blancas, y vamos a apoyar la propuesta de Agrupa", insistiendo en que "apostamos por la relación de la Federación con los Grupos, ya que ambos creemos en que la unidad del Sector es la mejor manera de salir todos adelante".

El portavoz de Agrupa, tras cuestionar la falta de ética comercial de determinados proveedores y las grandes redes minoristas de los grupos verticales, hizo especial énfasis en que "ha llegado el momento de decir: ¡basta!". Para los Grupos comerciales, la guerra de precios y descuentos entre los grandes nos arrastra a todos, confundiendo al cliente y pervirtiendo al mercado". De ahí la necesidad de crear un código de ética comercial que, entre otros objetivos, impida que algunos proveedores "ofrezcan a las agencias independientes sus productos, en clara inferioridad de condiciones a las que disfrutan sus propios canales de venta directa".

El instrumento para lograrlo es, en opinión de los Grupos, ahora compartida por la Federación, "apoyar a los proveedores que respetan la ética comercial en su relación con las minoristas, ya que estos son quienes sí respetan al agente". Para ello, FEAAV podría llegar a respaldar, e incluso a elaborar conjuntamente, estas listas blancas de proveedores leales al canal, recomendando formalmente que el Sector les apoye frente a quienes ignoran la ética comercial.

### ★ personaje de la semana / Abelardo Carrillo

El director general de Renfe Operador afirma que los viajes "van a crecer" y que, aunque hoy "estamos en una coyuntura crítica, la superaremos", ya que viajar "es y será una de las experiencias más satisfactorias para el ser humano".



Carrillo abogó en las Jornadas de FEAAV la necesidad de afrontar "la reconversión", para superar "la primera gran crisis de crecimiento de un Sector que no ha conocido las vacas flacas", destacando el papel del agente de viajes.

### ★ la chispa / Quique



### ▼ check-out / ESTADÍSTICAS IET

#### Sorprendentes cifras oficiales

Los datos oficiales sobre el resultado de la temporada de verano, que ofrecen las encuestas y estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos (IET), han dejado a gran parte de los empresarios y profesionales del Sector Turístico sumidos en el estupor.

Para empezar, las declaraciones de los responsables de las Administración central, extrapolan como cifra sobre la evolución del Turismo en España el porcentaje de descenso de llegadas de extranjeros. Así, el Turismo habría caído un 10% en el acumulado anual, sin incluir en sus declaraciones al mercado emisor doméstico que, como es sabido, representa ya más de la mitad de la ocupación hotelera.

Pero el dato más chocante es, sin duda, el de los ingresos. Según los datos del IET, el gasto medio del turista extranjero ha crecido este año. Esta es la primera conclusión que se obtiene de que, pese al descenso de casi el 10% en el número de turistas llegados a España, los ingresos por Turismo sólo hayan caído un 8,2%, según la estadística oficial.

Aun aceptando que la menor afluencia del ingleses haya dejado fuera parte del estrato más bajo del mercado emisor británico (cuya capacidad de gasto es realmente ínfima), nadie puede asumir que los turistas extranjeros han gastado más este año que el pasado. La mayoría del Sector coincide en que en 2009 se ha acentuado aún más la caída generalizada del consumo en hoteles, excursiones y restaurantes (con todas las excepciones que se quieran), tanto de los turistas extranjeros como españoles. De ahí la sorpresa generalizada que las cifras oficiales ha causado en empresarios y profesionales.

**Hasta agosto, el 32% de las ventas se han canalizado a través de agencias de viajes / Aunque en los servicios de alta velocidad y larga distancia Renfe mantiene parámetros parecidos a los de 2008, hay que recuperar los ingresos y mejorar la eficiencia de los costes / Estamos adecuando nuestros precios a la situación económica de los clientes desde finales de 2007**

## «Hoy por hoy vender Renfe es un gran negocio para las agencias»

Víctor Bañares / Director de Distribución y Servicios Comerciales de Renfe

El director de Distribución y Servicios Comerciales de Renfe, Víctor Bañares, repasa con NEXOTUR las principales novedades de la empresa de transporte, así como la influencia de la coyuntura económica actual en sus resultados de tráfico de pasajeros tanto en los trenes AVE, como en los servicios de Lanzadera y alta velocidad de Media Distancia de la ferroviaria.

**P.- ¿Cuáles han sido los resultados de los ocho primeros meses de 2009 del AVE? (Número de pasajeros, comparación con el mismo periodo del pasado ejercicio)**

**R.-** Entre enero y agosto de este año se han desplazado en los trenes AVE 7,3 millones de viajeros. El dato es prácticamente el mismo que en 2008 con la salvedad de que este año Renfe ha sustituido una serie de circulaciones AVE por servicios de Lanzadera, alta velocidad de Media Distancia, lo que significa que algunos de los viajeros que en 2008 se desplazaban en AVE viajan ahora en Lanzaderas.

**P.- ¿Se puede decir entonces que la crisis económica está afectando a los servicios de AVE?**

**R.-** Los sistemas de transporte son parte del entramado social, por lo que es inevitable que la situación económica nos afecte, como afecta a todos los sectores económicos del país. Y aunque en los servicios de alta velocidad y larga distancia nos mantenemos con parámetros parecidos a los del año anterior, tendremos que tratar de recuperar los ingresos y mejorar la eficiencia de los costes.

**P.- ¿Desde Renfe se han adecuando los precios de sus trenes a la situación económica actual?**

**R.-** Estamos adecuando nuestros precios a la situación económica de los clientes desde finales de 2007, cuando Renfe implantó el nuevo sistema de tarifas con reducciones de precios de hasta el 60%. Esta estructura de tarifas, es más sencilla y flexible que la que había sido tradicional en Renfe y nos está permitiendo establecer ofertas competitivas con precios más económicos y potenciar el uso de nuevas tecnologías que facilitan la compra con nuevas aplicaciones de venta online para agencias y particulares.

**P.- ¿Qué rebajas se ofrecen ahora mismo desde Renfe?**

**R.-** No somos un gran almacén, así que rebajas no tenemos. Sin embargo, como ya le decía, tenemos una serie de tarifas que implican reducciones de precios de hasta el 60% si los billetes se adquieren con unas

premisas determinadas: si la compra es por el canal Internet, si se hace con determinada antelación o si se adquieren 'paquetes' de tren+hotel que ahora estamos comercializando con algunos turoperadores.

**P.- ¿Qué porcentaje de los billetes vendidos lo son aplicando estos descuentos de Renfe?**

**R.-** Desde que implantamos el nuevo sistema de tarifas, se ha ido incrementando el porcentaje de billetes con descuento hasta superar el 20%. Ofrecemos tarifas promocionales en todos los trenes, aunque el número de plazas varía dependiendo de las fechas y franjas horarias en las que se realice el viaje.

**P.- ¿Cuáles son las rutas que mejor evolución presentan?**

**R.-** Sin duda, las rutas que mejor evolución presentan son aquellas en las que podemos ofrecer servicios de alta velocidad, ya que entre los atributos que el viajero valora destaca el del tiempo de viaje y tanto en los servicios Alvia como, sobre todo en los AVE, los tiempos de viaje que ofrecemos son muy competitivos.

**P.- ¿Cuál es el tráfico que se registra en el corredor Madrid-Barcelona?**

**R.-** En el conjunto del corredor Madrid-Barcelona se han desplazado 3,5 millones de viajeros en lo que va de año lo que supone un incremento del 6,5% respecto a los mismos meses de 2008.

Por lo que respecta a los viajeros que se desplazan entre las ciu-



dades de Madrid y Barcelona, la evolución de viajeros está siendo muy positiva hasta el punto que en el mes de julio, el que más viajeros hemos transportado en lo que va de año, hemos conseguido por primera vez más del 50% de la cuota de mercado tren/avión. En concreto, hemos obtenido el 50,6% con un total de 251.754 viajeros.

**P.- ¿Desde Renfe consideran que la alta velocidad en el transporte ferroviario es el medio de transporte del futuro?**

**R.-** Estoy convencido de que es así porque ya lo es en el presente.

En el ejercicio de 2008 hemos dado servicio a más de 23 millones de viajeros, cinco millones más de los que utilizaron el tren en 2007.

Este incremento fue consecuencia de la apertura de las líneas de alta velocidad de Málaga, Valladolid y Barcelona, en concreto. También en los servicios Alvia, que en parte de su trayecto se desplazan por líneas de alta velocidad, contamos con una importante ocupación. Esto da idea de que si los viajeros obtienen de su viaje confort, frecuencias y tiempo de viaje competitivo, pues se inclinan por el tren.

**P.- ¿Qué le parece que la alta velocidad ferroviaria de España sea admirada en una gran potencia como Estados Unidos?**

**R.-** Creo que es un orgullo y lo es para todos los españoles. El reconocimiento a que en España hemos hecho las cosas bien en materia de ferrocarril es un orgullo de todos.

**P.- ¿Cuál está siendo la evolución de las ventas a través de los diferentes canales en 2009?**

**R.-** Acumulado hasta agosto, el 31% de las ventas se producen en estaciones, el 32% en agencias de viaje, el 23% en renfe.com y el resto en diferentes canales.

**P.- ¿Qué porcentaje de ventas se canalizan a través de las agencias de viajes?**

**R.-** El 33% de las ventas totales se hacen en agencias de viaje

**P.- ¿Cómo es su relación con las agencias de viajes?**

**R.-** Creemos que hoy por hoy es más que satisfactoria. Hemos puesto a su disposición un sistema de venta sencillo y amigable, nuevas tarifas, productos vacacionales como el programa Escapadas, etc. Si a esto le añadimos el gran crecimiento del mercado, puedo decirle que, hoy por hoy, vender Renfe es un gran negocio para las agencias.

**P.- ¿Dónde puede encontrar un cliente las mejores tarifas para viajar en el tren AVE?**

**R.-** En todos los canales el acceso a nuestra mejor tarifa es el mismo.

**P.- Además de los billetes de tren Renfe también se han lanzado a la comercialización de ofertas tren+hotel. ¿Cuáles han sido las razones y cómo está funcionando?**

**R.-** Debemos profundizar más en dos tipos de producto. Por un lado, los productos turísticos de tren+hotel+ocio en destino como lo son los programas que manejan varios turoperadores, ya que el tren debe articular la cuota que por posición le corresponde en el ámbito vacacional y a la que no habíamos prestado demasiada atención.

El otro producto gira en torno a las empresas, a los viajes profesionales donde a finales de diciembre lanzaremos un 'portal' online dirigido a las mismas.

**P.- Dada la competencia en determinadas rutas nacionales entre el AVE y el transporte aéreo, puede comentarme cuáles son las ventajas de viajar en tren frente al avión.**

**R.-** La garantía de puntualidad del tren, los menores costes en euro y tiempo para acceder al tren (taxis, parking...), la capacidad del viajero para hacer lo que desee: descansar o trabajar, etc.

**P.- En cuanto al Turismo en general, ¿puede darme su visión de la situación turística en España?**

**R.-** Soy optimista. Tenemos un excelente producto, España, y fuera de coyunturas nuestra mejora constante de competitividad debe conducirnos a retomar el liderazgo perdido (el segundo puesto mundial en visitas).

## Renfe y las agencias de viajes

Hasta agosto, el 31% de las ventas de Renfe se han producido en estaciones, el 32% en agencias de viaje, el 23% en renfe.com y el resto en diferentes canales. Así, las agencias de viajes, de media venden el 33% de nuestro producto.

Así, creemos que hoy por hoy la relación

de Renfe con las agencias de viajes es más que satisfactoria.

Hemos puesto a su disposición un sistema de venta sencillo y amigable, nuevas tarifas, productos vacacionales como el programa Escapadas, etc. Si a esto le añadimos el gran



© VÍCTOR BAÑARES

crecimiento del mercado, puedo decirle que, hoy por hoy, vender Renfe es un gran negocio para las agencias.

Respecto a la comercialización de 'paquetes' debemos profundizar más en dos tipos de productos, Por un lado, los de tren+ho-

tel+ocio en destino como son los programas que manejan ya varios turoperadores, ya que el tren debe articular la cuota.

El otro producto en el que nos queremos enfocar gira en torno a las empresas, a los viajeros profesionales donde a finales de diciembre lanzaremos un 'portal' dirigido a las mismas.

Nuevos tiempos  
Nuevos trenes

renfe

Ha llegado  
el momento de escapar  
tren+hotel

100  
escapadas  
desde

57€

**NH**  
HOTELES

**TRYP**  
HOTELES

**MELIÀ**  
HOTELS & RESORTS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE FOMENTO

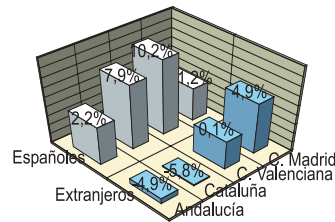
Consíguelo sólo en **agencias de viajes**.  
Es un producto **Iberojet, Iberrail y Viajes El Corte Inglés**.

# escaparate

## En 2008 crece el Turismo interior frente al extranjero

El 2008 ha sido un año marcado por los efectos de la crisis, apreciable especialmente en el segundo trimestre. Frente a la caída de turistas internacionales (-un 2,3%), los españoles crecen un 7,4%. **Pag. 32**

Evolución Comunidades de destino



## Los españoles viajan más de un 2% más en agosto

En agosto los españoles han realizado 22,7 millones de viajes, un 2,3% más que en 2008. Los destinos nacionales son los más demandados, concentrando el 91%, mientras que los extranjeros suponen el 9%. **Pag. 10**

Comunidades de destino



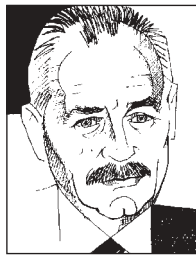
## Los ingresos de Turismo y viajes descienden un 8%

Los ingresos derivados del Turismo han disminuido en julio un 8,2%, hasta los 4.716 millones de euros. Por su parte, los pagos se contraen un 10,5%, hasta alcanzar los 1.181 millones de euros. **Pag. 6**

## ■ Prontuario

### Lo estamos haciendo bien

**N**UESTRA ENSEÑANZA especializada, gracias a Dios, va viento en popa y a toda vela. Hasta ayer mismo en el tiempo, nuestros profesionales eran ciertamente autodidactas. Aprendidos desde el trabajo en sí. La enseñanza que nos daban nuestros jefes. Lo que tratábamos de copiar viendo a otros. Analizando el por qué de los fallos que cometíamos y echándole todas las horas del mundo, hasta adquirir experiencia.



CLAUDIO MEFFERT

Hoy en día un número importante de universidades nos incluyen en sus estudios troncales y en cursos de post-graduados específicos

para nuestro sector de Turismo de congresos en especial.

La Universidad Europea de Madrid acaba de recibir el visto bueno para realizar el proceso de certificación para convertir su Máster de Gestión del Turismo de Congresos, Convenciones y Empresas OPC en lo que se llamará Máster Universitario adaptado a los requerimientos del Espacio Europeo de Educación Superior y eso ya es casi una realidad en estos momentos.

Por otro lado, la Universidad de Málaga acaba de celebrar este verano, en la ciudad de Ronda, su primer Curso de Verano sobre Reuniones y Congresos. Estos son sólo dos buenos y puntuales ejemplos de lo que está sucediendo en este aspecto. Universidades de todas las Comunidades autónomas, asociaciones de OPC y profesionales del Sector trabajan para ello.

Nos estamos convirtiendo en referentes europeos y los OPC españoles, gracias a la enorme labor que han desarrollado para conseguir todos estos logros, tienen mucho por lo que sentirse orgullosos de lo conseguido.

↳ Claudio Meffert es director del Consejo Asesor de NEXOTUR.

# Pese a las críticas del Sector Turístico, Sebastián asegura que la subida del IVA 'no afectará tanto'

El PP considera que es el 'estoque final' del Gobierno al Sector y advierte que tendrá 'consecuencias'

Mientras que el ministro de Turismo, Miguel Sebastián, defiende a capa y espada la subida del IVA que se aplicará a partir del 1 de julio de

2010, asegurando que no afectará a la competitividad del Sector Turístico, sino que "la mejorará", tanto oposición como el sector privado

claman contra esta medida. El Partido Popular (PP) considera que podría ser el "estoque final" para el Turismo en España.

El ministro de Turismo, Miguel Sebastián, continúa haciendo caso omiso a las demandas del Sector Turístico. De poco han servido las quejas de diversas entidades, advirtiendo que el incremento del IVA "perjudicará notablemente al Turismo español y retrasará su posible recuperación". Asimismo, el Sector de agencias ha sido uno de los más críticos con la medida anunciada por el Ejecutivo, denunciando que en caso de hacerse efectiva "pondría a España en una situación de desventaja frente a sus princi-



MIGUEL SEBASTIÁN

pales competidores", como es el caso de Francia, "donde se ha reducido".

Sin embargo, Sebastián asegura que la subida del IVA reducido al 8% supone un "abaratamiento relativo" para el Sector Turístico, frente a otros que afrontarán un incremento del 2%, por lo que rechaza que afecte a la competitividad del Turismo, sino que "la mejorará". El titular de Turismo también recuerda que España es el país europeo con el IVA "más bajo". En esta línea, Sebastián ha defendido durante la sesión de control al Gobierno que el Ejecutivo

está realizando el "mayor esfuerzo" de la Democracia a favor de la competitividad del Sector, aspecto que requiere "el compromiso de todos".

### Consecuencias 'muy graves'

El ministro de Turismo ha respondido así a la pregunta del diputado del PP, Enrique Fajarnés, sobre cómo afrontará el Gobierno la pérdida de competitividad del Sector a raíz de la subida del IVA. Fajarnés, que recalca que la temporada turística está siendo "pésima, con una bajada generalizada de precios, la pérdida del segundo puesto en el ranking mundial y más de 100.000

parados", pide a Sebastián que "no venga con milongas".

Ante este panorama, el diputado popular considera que la subida del IVA es el "estoque final" del Gobierno, después de celebrar dos consejos de ministros dedicados al Turismo "que no han servido de nada", a un Sector que se verá muy perjudicado y que tendrá que afrontar "consecuencias muy graves". Finalmente, Fajarnés critica que la subida del IVA se haga efectiva el 1 de julio de 2010, coincidiendo con la temporada alta, y cuando países competidores como Francia o Grecia han aplicado reducciones del 5% y 3%, respectivamente.

# El saldo positivo de la balanza de Turismo cae un 7% en julio hasta los 3.823 millones

Los ingresos derivados del Turismo y viajes caen un 8%, mientras que el emisor registra una disminución superior al 10%

Tanto el Turismo emisor como el receptor empeoran sus cifras en julio. La caída de la demanda, sumada al recorte en el gasto, provoca que los ingresos derivados del Turismo disminuyan un 8,2%, hasta los 4.716 millones de euros, mientras que los pagos se contraen un 10,5%, hasta los 1.181 millones.

El menor número de desplazamientos y la bajada de los precios provoca que tanto el emisor como el receptor experimenten importantes caídas en julio respecto al mismo mes del ejercicio precedente. En concreto, según los datos aportados por el Banco de España, los ingresos derivados del Turismo y viajes alcanzan los 4.716,1 millones de euros, registrando un descenso interanual del 8,2%.

En cuanto al emisor, de los 1.319,9 millones de euros contabilizados en el mes de julio de 2008 se pasa a 1.181,3 millones de euros, lo

que supone una variación negativa del 10,5%. El resultado de ambos indicadores provoca la disminución del saldo positivo de la balanza de Turismo y viajes, que se sitúa en 3.534,8 millones de euros, según el informe elaborado por el Banco de España. Esta cantidad refleja un recorte en el superávit turístico del 7,5%, ya que en el mismo mes del año 2008 alcanzaba los 3.823 millones de euros.

### Se reduce el superávit

La evolución negativa del Turismo y viajes, sumada a la reducción del saldo positivo de los otros servicios hasta los 84,1 millones de euros, provoca que la balanza de servicios registre un superávit de 3.618,9 millones de euros, inferior al del mismo mes de 2008, de 3.942,1 millones.

En los siete primeros meses del año la situación ha sido muy simi-



La caída de la demanda y el recorte del gasto provoca descenso de ingresos.

lar. De esta forma, el saldo positivo del Turismo y viajes registra un descenso del 7,8%. Asimismo, tanto el receptor como el emisor ex-

perimentan significativas contracciones entre enero y julio, con variaciones negativas del 10,2% y del 15%, respectivamente.

# El Sector apuesta por la formación para aumentar la productividad de las agencias de viajes y captar clientes

Salir fortalecido de la crisis. Este parece ser uno de los grandes retos del Sector de agencias. Tras un largo periodo de bonanza, en el que el número de agencias creció a un ritmo vertiginoso, así como su personal ocupado, el Sector se enfrenta a la nueva realidad. En agosto, las agencias y turoperadores dieron empleo a un 7% menos de trabajadores, según los datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET)

El aumento del paro, sumado a la menor carga de trabajo de los agentes de viajes por la caída de la demanda, nos sitúa en un momento idóneo para potenciar la formación de estos profesionales turísticos. Preguntado por esta cuestión, el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, recuerda que "hace dos años no había paro en el Sector, por lo que se cometieron al-

gunos excesos y se contrató a gente sin conocimientos suficientes". Maciñeiras recalca que "mejorar la formación de los agentes sirve, entre otros aspectos, para aumentar la productividad", por lo que anima a estos profesionales a "utilizar su tiempo libre para formarse, ya que es una buena inversión de futuro".

En esta línea se pronuncia el presidente de la Asociación de Mayo-

ristas de Viajes de España (AMAVE), Carmelo Hernández, asegurando que "en tiempos de crisis la única forma de combatir la caída de la demanda es capacitar más al agente de viajes".

Si bien, el máximo representante de AMAVE, Asociación que se ha fijado como uno de sus grandes retos impulsar la capacitación online de los profesionales turísticos, su-

braya que la formación debe ser "continua y permanente".

Finalmente, el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, asegura que "un agente de viajes mejor formado tendrá más posibilidades de atraer y conservar al cliente". Además, Gallego afirma que a lo largo de la historia "siempre han sobrevivido los profesionales que se han preocupado por formarse".

## Renfe apuesta por Córdoba como destino de reuniones

El Consorcio de Turismo del Ayuntamiento de Córdoba y Renfe Operadora han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de promocionar el destino en el sector de reuniones. Entre las ventajas del acuerdo se encuentra la posibilidad de que Renfe aplique descuentos a los congresistas que viajen a la ciudad.

Los encargados de rubricar la firma han sido el presidente del Consorcio, Vicente Carmona, y la directora del Área de Negocios Sur de la Dirección General de Servicios Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe Operadora, María Magdalena Bodelón. El acto ha estado presidido por la teniente de alcalde y delegada de Turismo del consistorio, Rosa Candelario.

Para la edil, "esta colaboración es tremendamente importante y productiva para Córdoba, ya que permite aumentar la promoción de la ciudad como destino y comercializar su oferta turística". Por su parte, Vicente Carmona ha recordado que el Consorcio "apuesta por intensificar la colaboración institucional en la planificación y ejecución de la estrategia turística, así como para mantener una presencia activa en las redes turísticas y rentabilizar al máximo el esfuerzo promocional".

Finalmente, la responsable de Renfe ha destacado el compromiso de la operadora ferroviaria, ya que "supone continuar la colaboración con una ciudad con la que la compañía está vinculada desde hace muchos años y que servirá, además, para que ambas partes aumenten sus posibilidades de negocio".

El convenio pretende crear nuevos productos turísticos o fomentar determinados aspectos de la oferta cordobesa en el Turismo de negocios. Además, se pone a disposición de Renfe, aquellos eventos y actos promocionales, ferias o encuentros turísticos que el Consorcio desarrolle para promocionar el Sector en Córdoba.

Como última ventaja, el acuerdo permite la posibilidad de aprobar acuerdos conjuntos con agencias de viajes y con empresas organizadoras de *fam trips*, y el uso de la imagen de ambas entidades en las acciones promocionales conjuntas.

**aircomet**  
presenta

**“me parto”**

“Me parto el precio del billete hasta en 9 cuotas y tengo hasta 9 meses para pagar antes de la salida del vuelo. ¿No es para partirse?”

Infórmate en tu agencia de viajes o en el 902 380 350 o en [yomepartoconaircomet.com](http://yomepartoconaircomet.com)

\*“Me parto” es un sistema de pago exclusivo de Air Comet que admite fraccionar el pago hasta en 9 meses y en 9 cuotas. La última cuota deberá abonarse un mes antes de la salida del vuelo. Las condiciones del billete son aplicables en todo momento. El billete admite cambio de fecha y nombre hasta un mes antes de la salida del vuelo con penalización de 150€. Consultar resto de condiciones. Te puedes partir yendo a Quito, Guayaquil, Lima, La Habana, Buenos Aires y Santa Cruz de la Sierra.

## Madrid se promocionará como destino de reuniones

El Ayuntamiento de Madrid ha desarrollado una nueva campaña bajo el título 'Madrid, tu próxima escapada', en el que se promocionará, entre otros sectores, el del Turismo de Negocios. Durante los próximos meses, el Madrid Convention Bureau (MCB) prevé realizar presentaciones profesionales y asistir a ferias, especialmente internacionales, para consolidar la ciudad como destino de este mercado.

## Andalucía subraya el esfuerzo turístico por Jaén

El consejero de Turismo de Andalucía, Luciano Alonso, ha destacado el "esfuerzo sin precedentes" que el Gobierno está haciendo en materia turística en Jaén y añade que echa de menos que no se trasladen "mensajes positivos" puesto que el Turismo es "optimismo". Alonso subraya que en vez de preguntar "lo que la Junta puede hacer", debería plantearse "lo que otros pueden hacer por el Sector".

## Zaragoza presenta plan para Turismo de incentivos

Hasta junio el número de turistas españoles que han llegado a Perú se ha incrementado un 16%. De esta forma, mantiene su rol de principal mercado emisor de Europa. En cifras totales, el volumen de turistas extranjeros recibidos por el país iberoamericano en los primeros seis meses del año ha sido de 1.025.584, dato que supone un ligero incremento del 0,1% respecto al pasado año anterior.

## El Gobierno eleva el IVA en transporte de pasajeros

El incremento del IVA ha provocado reacciones en el sector del transporte de viajeros. El director de Fenebús, José Luis Pertierra, considera que "la medida no puede ser bien recibida, aunque repercute en el usuario, el caso es que los precios suben, y eso no promociona precisamente el uso del transporte público". "Lo que no debemos olvidar es que la rentabilidad es cada vez menor", concluye.

## Bruselas detecta restricción de competencia en aerolíneas

La Comisión Europea (CE) acusa formalmente a Iberia, British Airways y American Airlines, todas ellas pertenecientes a la alianza Oneworld. El Ejecutivo europeo, que comenzó a investigar a estas aerolíneas en abril, considera que pretenden restringir indebidamente la competencia en rutas transatlánticas.

En esta línea, la CE indica que los acuerdos de cooperación acordados entre las tres compañías aéreas "podrían vulnerar las reglas europeas que prohíben las prácticas comerciales restrictivas". La acusación adopta la forma de un pliego de cargos que fue enviado por Bruselas a las tres en septiembre.

Los acuerdos a los que se refiere prevén la coordinación de las actividades comerciales, operativas y de marketing en las rutas transatlánticas, principalmente en los vuelos entre el territorio europeo y América del Norte. Según informa la CE, Iberia, British y American Airlines quieren gestionar conjuntamente horarios, capacidad y fijación de precios, y compartir los ingresos de las rutas transatlánticas entre América del Norte (Canadá,

México, EEUU y Puerto Rico) y Europa (UE, Noruega y Suiza).

Bruselas prosigue además otras dos investigaciones similares sobre los acuerdos entre cuatro compañías aéreas de Star Alliance —Lufthansa, Continental, United and Air Canada— y entre los miembros de Skyteam —Air France KLM y Delta—, pero todavía no ha llegado a ninguna conclusión.

Iberia, American Airlines y British Airways aseguran que el análisis de la CE a su solicitud de inmunidad de monopolio era "el previsto" y recuerdan que es similar al realizado para los acuerdos de las otras dos alianzas aéreas Star Alliance y Sky Team, que ya cuentan con la inmunidad antitrust ante el Departamento de Transportes de Estados Unidos. Por ello, las tres compañías aéreas piden tener el mismo estatus legal que ya tienen estas dos alianzas. Las tres aerolíneas defenderán que el acuerdo conjunto "beneficiará a millones de consumidores, que dispondrán de más tarifas y mejores precios, conexiones más cómodas y un acceso más sencillo a una red de más de 500 destinos en todo el mundo".

## El Turismo mundial caerá entre un 4% y un 6% en 2009 según la OMT

Considera que el crecimiento en los mercados domésticos 'no será suficiente'

La OMT prevé que el flujo internacional de turistas caiga entre un 4% y un 6% en 2009. La organización, que ha ratificado como secretario general a

Taleb Rifai, atribuye este descenso a la crisis y la gripe A, aunque augura que los desplazamientos vuelvan a crecer en los últimos meses del año.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) augura un cierre negativo de año. En concreto, prevé que el flujo de turistas mundiales se reduzca entre un 4% y un 6% debido a la coyuntura adversa y la gripe A. Si bien, una vez que las principales economías abandonen la recesión, la OMT considera que la llegada de visitantes volverá a crecer.

En el marco de su Asamblea General, celebrada en Astana (Kazajstán), la organización advierte que el crecimiento del volumen de turistas en algunas regiones, especialmente en los mercados domésticos, para el último trimestre del año "no será suficiente" para compensar los malos resultados obtenidos durante el resto del año. Como era previsible, el deterioro económico iniciado en la segunda mitad de 2008 "se ha intensificado" en 2009, provocando un recorte de los viajes del 7% hasta julio, tras caer

hasta los 500 millones de visitantes, retrasándose a niveles de 2007 y 2006.

Aunque, tal y como indica el recientemente ratificado secretario general de la OMT, Taleb Rifai, se atisban "signos de recuperación" en el Turismo mundial debido a que las cifras registradas en julio y agosto "mostraron una relativa mejora", cabe destacar que Europa ha sido uno de los principales damnificados. El continente europeo ha registrado hasta julio un descenso del número de visitantes del 8%, aunque en agosto la caída se ha mitigado, rondando el 4%.

Para corregir esta tendencia, la OMT apuesta por la continuidad de estímulos fiscales "a corto plazo" para reactivar las economías y atenuar el impacto de la crisis. "Las perspectivas a largo plazo siguen siendo positivas si el Sector puede dirigir sus desafíos de una manera coordinada y eficaz", avisa Rifai.

La organización y la Feria Internacional de Turismo (Fitur) han convocado la primera edición de Investour, un foro que se celebrará el 21 de enero de 2010 y que tendrá como objetivo impulsar las inversiones turísticas españolas en África. Desde Fitur han puesto de manifiesto que el Turismo puede ser "una herramienta fundamental" para impulsar el desarrollo en muchas regiones de África.

En este sentido, el presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, Luis Eduardo Cortés, "contribuir a la evolución de África es la meta de Investour, que presentará el potencial turístico de dicho continente a experimentados emprendedores españoles", afirmó. Por su parte, la directora de Fitur, Ana Larrañaga, ha destacado el potencial del mercado emisor español, ya que "en los primeros siete meses del año, los viajes a otros países han crecido un 6,9%".

## Los españoles realizan más de 22 millones de viajes en agosto, un 2,3% más que en el mismo mes de 2008

En los ocho primeros meses del año el Turismo interno se mantiene estable, mientras que el emisor experimenta un avance casi del 5%

En agosto de 2009 los españoles han realizado 22,7 millones de viajes, un 2,3% más que en 2008. Los destinos nacionales continúan siendo los más demandados, concentrando

el 91% de los desplazamientos, mientras que los extranjeros, pese a su buena marcha, suponen el 9% de los viajes. En el acumulado se han efectuado 122,2 millones de viajes,

manteniendo la cifra obtenida en el mismo tramo de 2008. Por destinos, el Turismo interno desciende ligeramente un 0,3% y el que se dirige al extranjero crece el 4,7%.

Los españoles han realizado 22,7 millones de viajes en agosto, un 2,3% más que en el mismo mes de 2008, según el Instituto de Estudios Turísticos (IET). El 91% de los desplazamientos son a destinos nacionales, mientras que el 9% son al extranjero.

Hasta agosto se han efectuado 122,2 millones de viajes, cifra similar a la del mismo tramo de 2008. Por destinos, el Turismo interno se mantiene prácticamente estable, con un ligero descenso del 0,3%, frente al aumento del 4,7% experimentado por el Turismo emisor. Casi el 60% de los desplazamientos se han realizado por ocio y alrededor de la mitad han sido de fin de semana.

En mayo, se han registrado 14,9 millones de desplazamientos, un 3,1%

más que en el mismo periodo de 2008. El 5,7% de los viajes han tenido como destino el extranjero, lo que supone un avance interanual del 0,7%, mientras que el 94,3% restante corresponde al Turismo interno, con una evolución favorable del 3,3%. Andalucía, que se mantiene como la principal Comunidad de destino —2,5 millones de viajeros—, es la única que registra una retracción respecto a 2008, con 1,7% menos. Cataluña ocupa la segunda posición, con un aumento interanual del 4,8%.

La Comunidad Valenciana concluye mayo con la evolución más positiva, recibiendo un 25,7% más de turistas nacionales. La cuarta posición es para Castilla y León, con un 14,1% más. El resto de regiones aglutinan el

40,5% de los desplazamientos, con un 2,5% menos respecto al pasado año.

Por Comunidades emisoras, Madrid y Cataluña se mantienen a la cabeza, ambas con cerca de 2,5 millones de turistas. Mientras que la Comunidad de Madrid emite un 6,4% menos de viajeros, Cataluña experimenta un incremento del 2,1%. Andalucía, Comunidad de origen de 2,3 millones de viajeros, ocupando la tercera plaza, registra un aumento del 9,5% respecto a 2008.

La vía aérea ha sido utilizada por poco más de un millón de viajeros, un 10,1% menos respecto a mayo de 2008. Todo lo contrario ocurre con el transporte por carretera, con un avance del 5,1%, rozando los 13 millones de viajeros.



La Comunidad Valenciana concluye mayo con la evolución más positiva.

## VECI potencia llegada de peregrinos internacionales

La Asociación para la Promoción de la Ruta Mariana ha alcanzado un acuerdo con el área de receptivo internacional de Viajes El Corte Inglés para potenciar la llegada de peregrinos internacionales a los santuarios que conforman la ruta. El acuerdo incluye la creación de 'paquetes' turísticos y la promoción de los santuarios como destino principal en su programación religiosa.

## AEA no acepta aumento en costes para volar a EE UU

La Asociación Europea de Aerolíneas (AEA, en sus siglas en inglés) ha calificado de "inaceptable" que EE UU anuncie un incremento del 10% del coste de las inspecciones de sanidad de aviones y pasajeros de llegada a partir del 1 de noviembre. La asociación recuerda que las autoridades estadounidenses aplicaron un recargo de 65 dólares para este tipo de inspecciones en 2008.

## Barcelona ha acogido el congreso anual de ABTA

Cerca de 900 agentes de viaje británicos se han reunido entre el 5 y 8 de octubre en Barcelona en el congreso anual de la Asociación de Agentes de Viajes del Reino Unido (ABTA). La Asociación tiene asociadas más de 6.700 agencias y 800 touroperadores en el Reino Unido y norte de Irlanda. Así, concentran alrededor del 80% de las ventas vacacionales realizadas en el país.

## Éxito del programa de Best Western en agencias

Los Programas Iberia que Best Western lanzó el año pasado para dar las máximas facilidades a las agencias de viajes para la fidelización de sus clientes "han tenido un enorme éxito". La acogida "demuestra que los programas eran un tipo de herramienta promocional y de fidelización de clientes que las agencias necesitaban", subraya el director general de Best Western en España y Portugal, José Luis Diana.

# Acevin: 'Las grandes agencias nacionales aún no han comenzado a explotar el enoturismo'

La asociación subraya que el Turismo interno 'presenta mejores cifras que el resto de segmentos'

Mientras que la mayoría de segmentos turísticos ven mermados sus resultados por la crisis económica, el Turismo de interior parece ofrecer una cierta resistencia. Así lo asegura el presidente de la Asociación Española de Ciudades del Vino (Acevin), José Fernando Sánchez Bódalo, que afirma que "hemos logrado mantener e incluso mejorar ligeramente los resultados del pasado ejercicio".

Asimismo, de cara al 2010, Sánchez Bódalo prevé un comportamiento similar, gracias, en gran medida, a la incorporación de nuevas rutas al Club de Producto 'Rutas del Vino de España'. Pero más allá de la ampliación de la marca, Sánchez

Bódalo hace hincapié en la "enorme demanda de enoturismo y Turismo gastronómico en España".

Por ejemplo, "la crisis económica ha provocado que muchas personas de clase media-alta sustituyan sus viajes de larga distancia por esta clase de ofertas", añade. Entre los mercados emisores, aunque la mayoría de los visitantes son españoles, ya que "se mueven por proximidad", las grandes potencias, como por ejemplo, Alemania, Reino Unido y Francia, "también emiten gran número de turistas". Además, el presidente de Acevin también opina que "mercados como Italia, Estados Unidos y, especialmente Japón están despertando".

Además de la ampliación de las rutas ofertadas, el presidente de Acevin también adelanta que próximamente se iniciará el trabajo para la implantación del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED) en las 13 rutas que, en la actualidad, poseen la certificación de Acevin. Preguntado por las funciones de su asociación, indica que únicamente se encarga de aglutinar los diferentes productos para su promoción.

Pese a la creciente demanda de enoturismo y Turismo gastronómico en España, Sánchez Bódalo opina que "aún no se ha comenzado a explotar este producto". "Los grandes operadores turísticos no se han centrado

en su comercialización, aunque cada vez hay más agencias interesadas", revela. Algunas rutas han suplido esta carencia creando agencias especializadas. Si bien recuerda que en la actualidad "predomina el turista que organiza por sí mismo el viaje", principalmente a través del medio *online*.

Sobre el I Congreso Europeo sobre Turismo y Gastronomía, organizado por TurEspaña y la Real Academia de Gastronomía Española, que tendrá lugar en Madrid en el mes de abril, Sánchez Bódalo opina que es "una noticia magnífica". "España debe aprovechar su oferta gastronómica para situarse a la cabeza en este segmento turístico", concluye.

## Línea ICO de 600 millones para el aéreo

El Gobierno aprobará una nueva línea de crédito de 600 millones de euros para el sector de las aerolíneas a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO). Con ésta, el Ministerio de Fomento pretende contribuir con el aéreo, un segmento que para su ministro, José Blanco, es "estratégico" para España, en "un momento de dificultad" y ante el descenso de la demanda de viajeros.

El ministro de Fomento ha explicado que "se trata de evitar que haya aerolíneas que puedan quebrar o que tengan que hacer más ajustes o que puedan tener dificultades mayores y ayudar a las aerolíneas a que puedan cumplir con sus compromisos".

## Iberia sube en el Ibex 35 ante optimismo por su fusión

El presidente de Iberia, Antonio Vázquez, ha asegurado que el proceso de fusión con British Airways "va en camino". Aún así, afirma que la compañía aérea española no se marca fechas para la operación, que se demora desde hace más de un año, pese a que el consejero delegado de British Airways, Willie Walsh, haya manifestado su optimismo para cerrar la operación antes de finales de año. "Las relaciones entre ambas compañías son buenas, a pe-

sar de las fluctuaciones como en cualquier matrimonio natural", afirma Vázquez, para añadir que si la fusión "se hace, será para bien".

El pasado 30 de septiembre las acciones de Iberia registraron la mayor subida del Ibex 35, con un avance del 5,72%, motivado por las declaraciones de Walsh, que ha mostrado su optimismo ante la posibilidad de cerrar la fusión con la aerolínea española a finales de este mismo año.

## En la presidencia española de la UE se tratará el problema de la desestacionalización

Durante la presidencia de España de la Unión Europea (UE) en el primer semestre de 2010, se introducirá el debate sobre el problema de la desestacionalización en la industria turística a nivel europeo. Así, el Turismo social europeo será una de las apuestas del Gobierno español.

"España, como país líder en Turismo, tiene que poner en común con el resto de países de la Unión Europea los avances que realiza en la lucha contra uno de los problemas más gra-

ves que padece esta industria, la estacionalidad". Esta es una de las seis prioridades que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se ha marcado para la presidencia española de la UE, como ha explicado su ministro, Miguel Sebastián, durante su comparecencia ante la Comisión de Industria del Congreso de los Diputados.

Por otra parte, Sebastián ha afirmado que las medidas para afrontar la crisis diseñadas por el Gobierno y puestas en marcha en coordinación

con todos los gobiernos del mundo y, en especial, con los de la Unión Europea, persiguen un doble objetivo. Por un lado, "suavizar la abrupta caída de la demanda, amortiguando los efectos adversos de la coyuntura económica, para reestablecer el clima de confianza necesario para propiciar la recuperación". Y, por otro, "sentar las bases de un nuevo modelo de crecimiento basado en la productividad, la innovación, el empleo de calidad y el respeto al medioambiente".

## La Alternativa.

### Las 7 ventajas de volar con airberlin vía Palma de Mallorca en nuestro hub

- **Rápido y cómodo.** Todos las puertas de embarque en la misma terminal.
- **Confianza.** Nuestro personal de tierra le indica su próximo vuelo de conexión.
- **Máxima puntualidad.** El vuelo de conexión preparado para llegar al destino a la hora exacta.
- **Dos trayectos,** sinónimo de **doble de millas topbonus** para canjear en vuelos gratuitos.
- **Equipaje en el destino - Traslado efectivo de equipaje** entre aviones.
- **Conectamos con el hub hasta 73 ciudades en 22 países.**
- **Disfrute de nuestro excelente servicio a bordo.** Tentempié, bebidas y prensa gratuitos.



NIKI Partner of airberlin

## España está más cerca del 'cielo único europeo'

El Consejo de Ministros ha aprobado el real decreto que regula la licencia comunitaria de controlador de tránsito aéreo, por el que se traspone a la normativa española la Directiva europea de 2006. La vicepresidenta primera del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, ha subrayado que con ello se favorecerá el desarrollo del 'cielo único europeo', puesto en marcha en 2004.

## Serhs realiza ampliación de capital, a 77 millones

Serhs ha aprobado por unanimidad llevar a cabo una ampliación de capital social. De este modo, el grupo turístico pasa de los 71 millones de euros actuales a 77 millones, lo que representa un incremento del 8,5%. Serhs contará con un total de 3.667.000 acciones. El plazo para participar en dicha ampliación de capital concluye el 30 de diciembre de 2009.

## Las jornadas de INESE abordan la sostenibilidad

La reconversión integral de los espacios turísticos, como el que se está llevando a cabo en la Playa de Palma, será el eje de las III Jornadas Internacionales Turismo y Medio Ambiente que se celebran en la isla. Para el consejero de Turismo regional, Miquel Nadal, estas jornadas supondrán una "nueva oportunidad para profundizar en el binomio Turismo y medio ambiente".

## Más plazo para la oferta por National Express

La familia Cosmen y la firma de capital riesgo CVC tienen hasta el 16 de octubre para presentar su oferta definitiva de adquisición al grupo británico de transportes National Express, según el Takeover Panel, regulador del mercado británico para operaciones corporativas. Esto supone un incremento del plazo inicial, que ya concluyó el pasado 25 de septiembre.

# El Gobierno mantiene la inversión en Turismo y apuesta por la promoción

Los Presupuestos 'más austeros de la historia reciente' destinarán 779 millones al Turismo

Se mantendrá la inversión en Turismo pese al recorte llevado a cabo por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en los Presupuestos para 2010. Aunque

frena su ritmo de crecimiento, el Gobierno destinará al Sector 779 millones de euros, experimentando un ligerísimo incremento del 0,13% respecto a 2008.

Los Presupuestos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para 2010 se reducen un 3% en relación a 2009, hasta los 6.885 millones de euros. Definidos por la subsecretaria del departamento dirigido por Miguel Sebastián, Amparo Fernández, como "los más austeros de la historia reciente", el Ministerio pretende con esta partida "avanzar en el cambio de modelo con las pequeñas y medianas empresas como protagonistas".



Miguel Sebastián

A pesar del recorte generalizado, los presupuestos de la Secretaría de Estado de Turismo se mantienen prácticamente iguales que en 2008 —experimentando un leve aumento del 0,13%—, alcanzando los 779 mi-

llones de euros. El Ministerio asegura que las cuentas recogen las partidas necesarias para hacer frente a los compromisos adquiridos en el Consejo de Ministros extraordinario de Turismo. Gran parte del presupuesto irá destinado al nuevo Plan Future para infraestructuras turísticas energéticamente sostenibles, dotado con 400 millones de euros.

Otro de los puntos destacables es el aumento de la inversión para el posicionamiento de España en los principales mercados emisores. En concreto, el Ejecutivo destinará un 6,4% más que en 2009 en campañas de promoción de España en el extranjero. El presupuesto también permitirá continuar avanzan-

do en la aplicación del Plan del Turismo Español en el Horizonte 2020.

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, defiende que la cuantía destinada al Turismo es "la adecuada" ante una situación económica "complicada", destacando el "esfuerzo sin precedentes" realizado por el Gobierno este año en materia turística. Asimismo, Mesquida resalta que el "moderado aumento" de la inversión supone "la consolidación del incremento del 109%" del año pasado y la apuesta decidida del Gobierno por el Sector. En esta línea, recuerda que durante la primera legislatura el Gobierno duplicó el presupuesto destinado al Turismo del Partido Popular y que en los dos primeros años lo multiplicó por tres, frente a los 137 millones de euros que destinó el último gobierno del PP.

# IATA reducirá las emisiones un 7% durante este ejercicio

El presidente de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), Giovanni Bisignani, ha urgido a los líderes mundiales a invertir en infraestructuras eficientes en el sector aéreo para combatir el cambio climático.



Giovanni Bisignani

Les ha pedido además que no impongan tasas e impuestos a las aerolíneas como medida "rápida" para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> de los aviones y realicen "un planteamiento global y sectorial para lograr la reducción".

"El problema son las emisiones" afirma Bisignani. "Los gobiernos deben centrarse en las soluciones que llevan a las reducciones, lo que supone implementar una industria más eficiente del transporte aéreo y apoyarla con inversiones en una mejor infraestructura", explica, por lo que subraya que "necesitamos especialmente proyectos de la gestión de tránsito del aire". Asimismo, el presidente de

IATA insta a establecer los mecanismos fiscales y jurídicos que posibiliten el desarrollo de combustibles biológicos destinados a la aviación.

En la cumbre sobre clima y modificación de la industria aérea, las aerolíneas, aeropuertos, proveedores de servicios de

la navegación aérea y fabricantes han presentado un documento en el que se comprometen a reducir los niveles de emisión de CO<sub>2</sub> de 2005 a la mitad antes de 2050. Así, el sector aéreo se comprometerá a mejorar la eficacia del combustible un 1,5% de media al año con el fin de "estabilizar" el crecimiento de monóxido de carbono a partir de 2020. "IATA ha ahorrado ya alrededor de 68 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>" asegura el presidente de IATA, quien prevé que "a lo largo de este ejercicio esperamos que las emisiones de carbono de la aviación caigan aproximadamente un 7%".

# Manny Fontenla: 'Aunque el vacacional ha demostrado ser fuerte, España no puede mostrarse autocomplaciente'

Precios más competitivos y unas vacaciones con mejor relación calidad-precio son la competencia para el destino España

Thomas Cook ha registrado mejores cifras a mercados emergentes como Turquía y Egipto que a nuestro país. Por esta razón, su consejero delegado recomienda al Sector

Turístico español que "hemos de unirnos para garantizar que España siga siendo el destino vacacional más popular". Para el consejero delegado del grupo turístico Thomas Cook

, Manny Fontenla-Novoa el ejercicio económico de 2008-2009 ha sido "uno de los períodos más desafiantes que ha experimentado la industria turística".

"España se está viendo afectada por muchas presiones que no la hacen competitiva en estos momentos de recesión, y por eso nunca antes se había necesitado tanto la innovación y el talento empresarial del Sector Turístico español como hasta ahora", señala el consejero delegado del Grupo Thomas Cook, Manny Fontenla-Novoa. De esta forma, destaca que "como industria hemos de unirnos para garantizar que España siga siendo el destino vacacional más popular", de ahí su promesa de mantener el compromiso que tienen con la industria turística española.



Manny Fontenla

Para el consejero delegado de Thomas Cook el ejercicio 2008-2009

ha sido "uno de los períodos más desafiantes que ha experimentado la industria turística". Por lo que añade que "aunque el mercado vacacional ha demostrado que es fuerte, España no puede mostrarse autocomplaciente porque nos espera otro duro año en 2010".

Como señala, este verano, el grupo turístico ha obtenido cifras récord en Mallorca al conseguir cubrir con su negocio el 30%, 35% y 50% de las cuotas de mercados correspondientes a los mercados emisores del Reino Unido, Alemania y Europa del Norte, respectivamente. Aún así, el consejero delegado de Thomas Cook subraya que la llegada de turistas a Baleares y a la Península

ha descendido en ambos casos un 9% respecto al año anterior, mientras que en Canarias la caída ha sido del 15%.

De esta forma, destaca destinos como Turquía y Egipto que el año pasado han atraído un número creciente de visitantes. Como dato concreto, en la división de Thomas Cook Reino Unido, el negocio con destino a Turquía ha aumentado un 23% y un 32% el de Egipto, "debido a que ambos mercados ofrecieron precios más competitivos y unas vacaciones con mejor relación calidad-precio".

## Precios altos

Fontenla-Novoa añade que otro de los factores que no ayuda en absoluto a los principales destinos vacacionales españoles es el hecho de que

los consumidores encuentran muy caros los precios de los artículos y servicios que compran o contratan cuando ya están en ellos. Más aún, afirma que "conozco muy bien los destacados atributos que España puede ofrecer a los turistas, pero en estos tiempos de recesión los consumidores miran, ante todo, el precio, y España tiene que tener en cuenta estos temas si quiere seguir siendo competitiva en 2010", afirma el consejero delegado del grupo turístico británico.

Por otra parte, Thomas Cook ha observado un gran aumento en las ventas de 'paquetes' vacacionales 'todo incluido', con cerca de un 40% del negocio originado en el Reino Unido correspondiente a este segmento, frente al 30% de 2008, y según Fontenla-Novoa se prevé que esta

tendencia se mantenga a lo largo de 2010. "España se está quedando atrás respecto a otros destinos en lo que hace referencia a la oferta de estos 'paquetes', por lo que si quiere seguir compitiendo de manera exitosa en este segmento creciente del mercado ha de intentar enderezar su postura y ofrecer productos más dinámicos", explica el consejero delegado del grupo.

Fontenla-Novoa destaca además que los atentados registrados este verano en algunos de los principales destinos españoles no han ayudado al mercado vacacional español. Por otra parte, el miedo a la Gripe A está teniendo un impacto sobre las ventas hacia Mallorca y, en general, hacia España, sobre todo en lo que respecta a los consumidores alemanes que son muy sensibles a estos temas.

## Air France-KLM renueva área comercial en España

Air France-KLM renueva su organización comercial en España con el objetivo de "responder con más eficacia a las actuales necesidades del mercado". El grupo ha creado dos divisiones, una comercial y otra de ventas. El director de Air France-KLM para España y Portugal, Thierry de Bailleul, indica que se persigue aumentar la eficacia, fidelizar los clientes y la red de distribución.

## Andalucía cree que la caída del Turismo es 'asumible'

Los datos turísticos del verano en Andalucía son "más que asumibles", según el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso. Éste subraya la "fortaleza" demostrada por el Sector andaluz y destaca el papel del mercado nacional que se ha mostrado como el principal "aliado". En los meses de julio y agosto las pernctaciones en la Comunidad han caído un 3,2% con respecto a 2008

## Fenebus ha participado en Feria Internacional China

Fenebus ha participado en Feria Internacional China de la Pequeña y Mediana Empresa (Cismef), celebrada en Guang Zhou. Ha celebrado una telepresencia con empresarios de ambos países. El objetivo es promover y fomentar los intercambios comerciales entre pymes y abrir nuevas oportunidades de negocio. Para conseguirlo, Fenebus, CRTA y el Grupo Coremsa han contado con un *stand*.

## Tenerife quiere potenciar Turismo de Congresos

El consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife, José Manuel Bermúdez, ha presentado el rediseño del modelo turístico que la institución quiere llevar a cabo para el sur de la isla. Entre las acciones que se desarrollarán, están algunas encaminadas a la potenciación del Turismo de Congresos. Bermúdez ha explicado que el nuevo modelo turístico se basará en cinco ejes.

# La séptima edición de NexoBusiness congrega a proveedores y profesionales del Mercado de Reuniones e Incentivos en Madrid

El Hotel Eurostars Madrid Tower es la sede del Salón organizado por el Grupo NEXO el jueves 15 de octubre

El 15 de octubre el Hotel Eurostars Madrid Tower acoge la séptima edición de NexoBusiness. Este Salón, de acceso exclusivo para profesionales, reunirá una veintena de provee-

dores para presentar una cuidada selección de oferta del Mercado de Reuniones e Incentivos español. Además de la oferta comercial, se celebra la VII Convención del Viaje de

Empresa y las Reuniones, que analizará la difícil coyuntura actual del Sector, mediante varias mesas de debate y ponencias, que aseguran el mayor pluralismo.

Vuelve NexoBusiness. La séptima edición del Salón, concebido como un eficaz "nexo de unión presencial" del Sector, es convocado un año más por el Grupo NEXO. Diseñado como marco especializado (el acceso es exclusivo para profesionales: *travel managers*, agentes de viajes especializados y OPC) para generar negocio y fidelizar clientes, NexoBusiness es un punto de encuentro anual que permite ponerse al día y tomar el pulso a la realidad sectorial del momento.

El Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos, que se celebra —de la mano del Grupo NEXO— el jueves día 15 de octubre, en el excepcional Hotel Eurostars Madrid Tower (uno de los cuatro nuevos rascacielos madrileños) y es ya una cita obligada del Mercado de Reuniones e Incentivos español. NexoBusiness concentra una cuidada selección de oferta, formada

por una veintena de proveedores en la feria. Paralelamente, celebra la VII Convención del Viaje de Empresa y las Reuniones, que analizará la difícil coyuntura actual del Sector, mediante varias mesas de debate y ponencias, que aseguran el mayor pluralismo al contrastar la visión de los más diversos puntos de vista.

Pero el Salón no se acaba en la oferta comercial y en las jornadas técnicas que se celebran. Los encuentros en los pasillos de la feria o los descansos entre las sesiones de trabajo, junto a los *coffe-break* y el cóctel-almuerzo, sirven para que visitantes profesionales y los proveedores expositores se conozcan y hablen entre sí. Más de dos centenares de compradores y prescriptores reúne cada año NexoBusiness, en una oportunidad excepcional, especialmente creada para los lectores de este periódico profesional.

Este año, en su deseo de ofrecer novedades al Sector del mercado

de reuniones e incentivos español, el Salón tiene en la ciudad de Ronda su "destino recomendado". El análisis de la situación actual, vista desde dentro, será el eje de la Convención. Y, como siempre, un año más servir de punto de encuentro entre proveedores y prescriptores, es su objetivo prioritario.

NexoBusiness avanza, asimismo, en un objetivo no menos relevante: colaborar en la formación de los futuros profesionales del Sector. Así, en colaboración con varias Universidades, que imparten másteres de la actividad congresual, el Salón acoge en sus jornadas técnicas una selección de alumnos, facilitándoles contacto directo con el Sector y el conocimiento de sus claves y problemática.

La inscripción *online* al Salón NexoBusiness 2009 es gratuita en [www.NexoBusiness.com](http://www.NexoBusiness.com) (sólo a profesionales). Nos vemos el jueves 25 de octubre, en la Madrid Tower.



Más de dos centenares de compradores y prescriptores se reúne cada año.

**¡ATENCIÓN!**  
**AGENCIAS DE VIAJES**

**Ofertas  
Best Western  
DE ÚLTIMA HORA,  
VENTA ANTICIPADA  
Y OTRAS...**

Si desea ofrecer **MÁS** a sus clientes  
en **4.200 hoteles en todo el mundo.**  
Consúltenos, se sorprenderá.

[www.bestwestern.es/agencias](http://www.bestwestern.es/agencias)

Reserve también a través de: Teléfono gratuito: 900 993 900 - GDS: Código BW



## Lufthansa compra el 20% de SAS en BMI

Lufthansa se ha hecho con el 100% de la aerolínea BMI tras adquirir por 41,69 millones de euros el 20% que poseía el grupo escandinavo SAS. El pasado julio, el grupo alemán ya obtuvo el control de la compañía aérea británica, al acceder a una participación del 50% más una acción a través del holding LHBD, en el que cuenta con una participación del 35%.

## Cantabria será 'destino favorito de los españoles'

El presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, señala que la Comunidad será un "destino favorito" para los españoles "una vez que concluyan las comunicaciones proyectadas" por el Gobierno y gracias al "buen hacer" de los profesionales. Revilla ha agradecido a los profesionales del Turismo y la Hostelería su contribución a la difusión de una "imagen positiva" de Cantabria.

## El Centro de Convenciones de La Granja en HCCE

El Centro de Convenciones del Parador de La Granja, ubicado en el histórico edificio de la Guardia de Corps, se ha adherido a la asociación Historic Conference Centres of Europe (HCCE). De esta forma, se convierte en el único recinto español en esta institución, que reúne a centros "cuidadosamente seleccionados". Esta asociación fue creada en el año 1996.

## Los vehículos de pasajeros acumulan caída del 21%

Con un porcentaje de variación de -1,4%, frente a septiembre de 2008, las matriculaciones de vehículos de pasajeros continúan su tendencia a la baja, pero más contenida. En total, se matricularon 354 unidades, entre autobuses, autocares y micros, para un balance anual negativo del 20,8%. Por segmentos, se matricularon 30 microbuses (-21,1%), 249 autocares (-8,5%) y 75 autobuses (+92,3%).

# Río de Janeiro supera a la candidatura madrileña y será ciudad sede de los Juegos Olímpicos de 2016

Brasil prevé incrementar entre el 10% y el 15% el número de turistas extranjeros en 2016 respecto al ejercicio anterior

**No pudo ser. Madrid se ha quedado a las puertas de organizar los Juegos Olímpicos de 2016. Un proyecto apasionante y la regla no escrita sobre el cambio de continente se impusieron a**

**la candidatura madrileña en la votación final, por 66 a 32 apoyos de los miembros del Comité Olímpico Internacional (COI). Río de Janeiro será la sede de los Juegos Olímpicos de 2016.**

**Para el ministro de Turismo de Brasil, Luiz Barretto, "los Juegos Olímpicos proporcionarán una exposición y promoción no sólo de la ciudad de Río, sino de todo Brasil en el exterior".**

América del Sur organizará los primeros Juegos Olímpicos de su historia. Su "valor añadido", al ser "un continente no explorado por el COI", tal y como explicaba el presidente del COI, Jacques Rogge, fue suficiente para superar a la loable candidatura madrileña, que se quedó más cerca que nunca de la victoria. En la votación final, tras haber sido descartados los proyectos de Chicago y Tokio —en ese orden de eliminación—, Río de Janeiro se impuso con 66 votos, frente a los 32 apoyos de Madrid.

La deuda del COI con Iberoamérica y la regla no escrita de la rotación continental —que sólo se ha roto en 1952 con la candidatura de Helsinki— acabaron con el sueño de la capital de España. "Parece que los Juegos tenían que ir allí", se lamentaba la consejera delegada de Madrid 2016, Mercedes Coghén. La sensación unánime era que los casi 100 votantes del COI tenían decidido de antemano su voto independientemente de la puesta en escena final de los cuatro proyectos que pugnaban por los Juegos de 2016.

### El Sector anima a Madrid

Tras la enorme decepción de Madrid, que se quedó más cerca que nunca de la victoria final —se había presentado para organizar los Juegos de 1972 y 2012—, el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón, afirma que "no es el momento" de hablar de si Madrid se presentará como candidata para albergar los Juegos Olímpicos de 2016. "Creo que no es ni el momento ni las personas, desde luego yo, para hablar de futuro", asegura el alcalde.

En esta línea se pronuncia el secretario de Estado para el Deporte, Jaime Lissavetzky, que pide tiempo para "valorar si merece la pena seguir apostando" por el proyecto olímpico de Madrid. "Es necesario un tiempo de reflexión en términos deportivos y un tiempo de decisión política con unas elecciones relativamente cercanas", explica Lissavetzky, argumentando que "habrá

que valorar si merece la pena seguir apostando, cuánto dinero va a costar, las infraestructuras, si se puede hacer un proyecto nuevo".

Si bien desde el Sector Turístico, que se ha volcado en todo momento con la candidatura madrileña, abogan por seguir luchando para lograr el sueño olímpico. Así se expresa el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, que anima "a la candidatura madrileña a continuar apostando por los Juegos Olímpicos de 2020". Por su parte, el presidente de la Unión Madrileña de Agencias de Viajes (UMAV), José Luis Prieto, que ostenta el mismo cargo en la Unión Empresarial de Agencias de Viajes (UNAV), asegura que "hay que ser tenaz, por lo que volvería a presentarme" a las siguientes.

### Los turistas crecerán 15%

Brasil prevé experimentar un incremento de entre el 10% y el 15% del número de turistas extranjeros en 2016 respecto al ejercicio precedente. Así lo ha explicado el ministro de Turismo del país, Luiz Barretto, que ha integrado la delegación brasileña en Copenhague y ha felicitado "a todas las personas y entidades que participaron en este proyecto victorioso". "Los Juegos Olímpicos proporcionarán una exposición y promoción no sólo de la ciudad de Río, sino de todo Brasil en el exterior", explica Barretto, asegurando que "supondrán un beneficio incalculable para nuestro Turismo y nuestra economía a largo plazo".

Por su parte, la presidenta de Embratur, Jeanine Pires, afirma que "la realización de los Juegos Olímpicos, precedidos por una Copa Mundial de Fútbol, supondrá un impacto directo en el Turismo". "Es una gran oportunidad de promoción y vamos a mostrar al mundo que, además de bellas playas, diversidad cultural y natural, tenemos también infraestructuras para consolidarnos como uno de los grandes destinos de eventos internacionales del mundo", concluye.



Momento de la exposición de la candidatura de Madrid en Copenhague por parte de la delegación española encabezada por el Rey de España, el presidente del Gobierno y el alcalde de Madrid.

## El Sector Turístico se ha volcado con Madrid y le anima a 'seguir pugnando por los de 2020'

### Mesa del Turismo: 'Madrid merece albergar unos Juegos olímpicos'

Más allá del aspecto puramente deportivo, el Turismo de la Comunidad, así como el nacional, se hubieran encontrado ante una oportunidad única si Madrid hubiera sido elegida sede de los Juegos Olímpicos de 2016. Así lo han hecho saber diferentes personalidades del Sector Turístico, empezando por el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, que ha mostrado siempre su "apoyo total" a la candidatura madrileña para acoger este evento, cuya organización "supondría un punto de inflexión hacia la recuperación del Turismo español de forma global".

"Madrid merece albergar los Juegos Olímpicos, pero en el improbable caso de no ser elegida, animamos a la candidatura a continuar pugnando por los Juegos de 2020", añadía.

En esta línea se ha pronunciado durante todos estos meses el presidente de la Confederación Empresarial de Madrid (Ceim), Arturo Fernández, que subrayaba que "Madrid es la ciudad candidata mejor preparada". "Contar con este evento deportivo puede ser un acicate para hacer frente a la crisis, tanto en la capital como en toda España", comentaba.

El Sector de agencias de viajes también se ha volcado con la candidatura madrileña hasta el último momento. Así, el presidente de FEAUV, Rafael Gallego, un día antes se mostraba "convencido de que sí nos lo darán". Con un evento de tal magnitud "podremos demostrar al mundo que tenemos algo más que el 'sol y playa'", añadía. Por su parte, el presidente de la Unión Madri-



Día de la corazonada en Madrid.

leña de Agencias de Viajes (UMAV), José Luis Prieto, afirmaba que "la elección de Madrid impulsaría a la capital, sería su consagración como destino turístico".

### Transporte terrestre de HBV en su página 'web'



Autocares HBV presenta una página en Internet en la que ofrece, con un correcto diseño y estructura, una información muy general de sus servicios de transporte terrestre, aunque no incluye sus tarifas ni área para las agencias de viajes.

### Información y reservas para Disneyland París



Disneyland París presenta una página enfocada al cliente final, que ofrece información sobre el parque, sus atracciones, servicios turísticos y alojamientos, así como la posibilidad de reservar estancias y, opcionalmente, los vuelos y entradas.

### Nueva 'web' de Blau con la reserva para agencias



La nueva versión de la web de Blau H&R mantiene un nivel de información y de gestión semejante para el cliente final, pero ha añadido la posibilidad de reserva desde las agencias y desde empresas con acuerdos corporativos.

### TACV dispone de una 'web' de poca utilidad



La página que presenta TACV ofrece una amplia información sobre las características de la empresa y sus servicios aéreos, pero no informa sobre sus horarios y, aunque incluye un área de reserva, por el momento no está disponible.

## Vincci Hoteles impulsa venta en agencias con Idiso

Vincci Hoteles ha llegado a un acuerdo con Idiso que contempla la conexión Next Generation Seamless con cuatro GDS—Amadeus, Sabre, Galileo y Worldspan—, llegando así a numerosas agencias de viajes. A través de esta colaboración, Idiso cubre las necesidades específicas de Vincci Hoteles, tanto para sus hoteles vacacionales como para sus establecimientos urbanos, abriendo nuevos canales de comercialización y nuevos mercados.

El director de Revenue de la cadena hotelera, Carlos Rentero, asegura estar "convencido de que todos los hoteles de la cadena estén disponibles a cientos de miles de agentes de viajes en todo el mundo". Por su parte, el director general de Idiso, Javier Silvestre, afirma que "con este nuevo acuerdo hemos alcanzado ya el millar de hoteles que han confiado en nosotros y esperamos continuar con nuestro crecimiento".

# Atrápalo asegura haber vendido más este verano, aunque el precio de los productos ha bajado un 25%

La agencia 'online' comercializa 3.226 'paquetes' turísticos entre los meses de julio y agosto

Atrápalo ha logrado esta pasada temporada de verano comercializar más productos que en el mismo periodo del ejercicio anterior. Si bien el

precio medio de las reservas en los meses de julio y agosto ha caído en torno a un 25%. Han predominado sobre todo los viajes de corta du-

ración, situándose la mayoría por debajo de siete noches, y las reservas de última hora han experimentado "un notable incremento".

La rentabilidad en un segundo plano. Con el fin de atraer clientes, numerosas agencias de viajes se han sumado a la guerra de precios iniciada por las grandes redes. Por ejemplo, según los datos facilitados por Atrápalo, el precio medio de las reservas de este verano ha estado un 25% por debajo del registrado en el mismo periodo de 2008. La agencia de viajes online constata que la duración de los viajes se ha reducido, predominando los desplazamientos de siete noches.

Pese a la complicada situación económica, la agencia de viajes online ha logrado incrementar en julio y agosto en un 25% el número de 'paquetes' dinámicos vendidos—aquellos en el que el usuario combina la oferta de vuelo y hotel— y en un 15% las reservas de plazas hoteleras. En cuanto a los

'paquete' de viajes tradicionales, el 'portal' ha comercializado un total de 3.226 viajes, "una cifra ligeramente superior a la obtenida en los mismos meses del pasado año", aseguran fuentes de la empresa.

#### Más reservas de última hora

El incremento de la facturación en la agencia online se ha producido sobre todo en el mes de agosto, lo que demuestra el aumento de las reservas de última hora. Al contrario que en el ejercicio precedente, la mayoría de destinos se han reservado con tres semanas de antelación a la fecha prevista.

En 'paquetes' turísticos, los destinos más demandados por los clientes del 'portal' son Egipto, Canarias, cruceros por el Mediterráneo, Cataluña, Baleares, Turquía,



Las reservas de última hora han obtenido un notable aumento, según el 'portal'.

Portugal, República Dominicana y Costa Rica. En reservas de vuelo y hotel, los destinos más demandados son Mallorca, Menorca, Tenerife, Ibiza, Lanzarote, Roma, París y

Londres, y en cuanto a las reservas de hotel, las principales ciudades de reservas son Madrid, Barcelona, Lisboa, París, Roma, Granada, Valencia, Londres y Sevilla.

## Las agencias accederán a la oferta de Virgin Atlantic sin recargo en Amadeus

El proveedor tecnológico ofrecerá todo el inventario de la aerolínea

Amadeus distribuirá toda la oferta de Virgin Atlantic. El proveedor de soluciones tecnológicas ha llegado a un acuerdo con la compañía aérea para ofrecer a todas las agencias de viajes conectadas los servicios ofertados por la aerolínea sin recargo alguno por un periodo mínimo de tres años.

El director Internacional y de Distribución de Virgin Atlantic, Jon Harding, afirma que "siempre hemos estado comprometidos con las agencias de viajes, que forman una parte esencial de nuestra estrategia de distribución multicanal, y seguiremos estándolo". Toda la gama de tarifas, horarios e inventarios de Virgin Atlantic disponible a través de Amadeus será la misma que la ofrecida a través de cualquier canal directo o indirecto, distribuidor o 'portal' en Internet.

El vicepresidente de Marketing y Distribución de Amadeus, Ian Wheeler, asegura estar "orgulloso



La información de Virgin Atlantic en Amadeus será igual al resto de canales.

de poder ofrecer a las agencias de viajes la seguridad de saber que podrán contar con toda la oferta de Virgin Atlantic". Amadeus tiene más

de 130 acuerdos de *full content* firmados que permiten a las agencias de viajes acceder al inventario completo de las aerolíneas.



ITH se ha especializado en proporcionar soluciones a los hoteleros.

## ITH cumple cinco años de trabajo en el Sector

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), organismo de trabajo creado por iniciativa de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) con el objetivo de crear un centro de investigación e innovación para el Sector, ha celebrado su quinto aniversario.

Desde su nacimiento, el ITH se ha especializado en proporcionar a los hoteleros soluciones que

contribuyan al crecimiento del mercado y que ayuden a mantener su competitividad y rentabilidad.

Así y a través de sus distintos departamentos el instituto ha consolidado su aportación al sector hotelero mediante la utilización de nuevas tecnologías y la implementación de programas de ahorro energético y de gestión comercial, fundamentalmente.

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

## Iberia Plus incorpora Cortefiel, Fiesta Hotel Group y Rubaiyat

Iberia ha incorporado a su programa de fidelización a tres nuevas empresas: Cortefiel, la cadena Fiesta Hotel Group y los restaurantes Rubaiyat. De esta forma, los clientes Iberia Plus acumularán puntos en su tarjeta cada vez que realicen compras en las tiendas que tienen en España las marcas Cortefiel y Pedro del Hierro, cuando se alojen en los hoteles Fiesta y con las consumiciones de los restaurantes. Con estas nuevas incorporaciones Iberia Plus ha ampliado las ventanillas para sus clientes, que cuenta ya con más de 90 empresas asociadas.

✉ [www.iberia.com/iberiaplus/](http://www.iberia.com/iberiaplus/)

## NCL lanza su nuevo catálogo para la temporada abril 2010 hasta marzo 2011

La crucerista crea 'paquete' aéreo-terrestre desde Barcelona y Madrid para todos los itinerarios

NCL acaba de lanzar en España su nuevo catálogo para la temporada 2010/11, que abarca de abril del 2010 a marzo de 2011, incluyendo nuevos itinerarios, nuevo barco, Norwegian Epic, y nuevo diseño.

El nuevo programa de cruceros se centra de nuevo en Europa donde tres barcos modernos —Norwegian Gem, Norwegian Sun y Norwegian Jade— navegarán por el Mediterráneo y el mar Báltico hasta la primavera de 2011. El Norwegian Jade navega todo el año desde y hasta Barcelona. En verano realizará cruceros de siete noches por el Mediterráneo Occidental y en invierno cruceros de nueve y 12 noches hacia las Islas

Canarias y el Mediterráneo Oriental. En la mayoría de los itinerarios del nuevo programa, NCL ofrece un servicio de asistencia en español. Pero una de las novedades más importantes de NCL para el mercado español para la nueva temporada son los 'paquetes' aéreo-terrestres desde Barcelona y Madrid que incluyen vuelos y traslados y noche de hotel en función de los itinerarios.

✉ [www.es.ncl.com](http://www.es.ncl.com)



El Norwegian Jade navegará todo el año desde y hasta Barcelona.

## Mundicolor prepara el puente de la Inmaculada con sus destinos en Europa

La mayorista dispone de propuestas para Praga y Estambul con 7% de descuento

Mundicolor ha lanzado una campaña de venta anticipada hasta el 15 de octubre con un 7% de descuento para el puente de la Inmaculada con salidas desde diferentes ciudades españolas. En Praga ofrece salidas en vuelos especiales en clase turista los días 4 o 5 de diciembre, traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto, estancias de cuatro o cinco días en el hotel elegido en régimen de alojamiento y desayuno y seguro de viaje. En Estambul cuenta con salidas en vuelos especiales en clase turista el día 4 de diciembre, con estancias de cinco días y las mismas condiciones que en Praga.

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



Una de las propuestas de Mundicolor para el puente de la Inmaculada es Praga.

## British Airways cobrará hasta 55 euros por reserva anticipada

Desde el 7 de octubre, British Airways cobra hasta 55 euros a los pasajeros que quieran reservar entre diez y cuatro días antes de la salida de su avión asientos cercanos a la salida de emergencia. La aerolínea justifica el recargo argumentando que la nueva política de precios "otorgará a los viajeros más control sobre sus opciones de asientos". "La aerolínea continúa ofreciendo a los clientes la opción de reservar gratis 24 horas antes", explica. "Sin embargo, los usuarios frecuentemente solicitan reservar un asiento mucho antes, con los recargos, podrán hacerlo", aclara.

Así pues, British Airways cobrará por la reserva anticipada de asientos 11 euros para viajes do-



Avión de British Airways.

mésticos y de corta distancia, en tanto que el recargo ascenderá a 22 euros cuando se trate de vuelos internacionales.

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

## Fontana Park Hotel propone disfrutar del Lisboa con un 'city break' hasta diciembre

El 'paquete' incluye tratamiento VIP en la habitación y degustación de shushi

El hotel Fontana Park Hotel ha diseñado un 'paquete' para disfrutar de una escapada a Lisboa. Hasta finales de diciembre, por 175 euros por persona, el establecimiento Design Hotel, ofrece dos noches en habitación doble con desayuno *buffet*, *upgrade* a habitación superior, tratamiento VIP en la habitación y degustación de sushi en el restaurante Bonsai para dos personas con bebidas incluidas. Existe un suplemento de 135 euros por noche extra (máximo una) y por alojamiento en habitación *premium* por 495 euros por *pack*.

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



Habitación premium del Hotel Fontana Park Hotel.



Avión de Germanwings en pleno vuelo.

## Germanwings amplía sus rutas en España en su séptimo aniversario

Germanwings refuerza su compromiso con el mercado español. Coincidiendo con su séptimo aniversario, la aerolínea de 'bajo coste' comenzará a volar a Canarias, donde incorpora tres nuevos destinos. Con ellas la compañía aérea tendrá

un total de ocho destinos en el mercado español: Barcelona, Madrid, Málaga, Mallorca, Ibiza, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife. Así volará a Colonia/Bonn, Stuttgart y a Dortmund.

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

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

## KLM oferta asientos de mayor confort en la clase 'economy' desde diciembre

KLM ha anunciado que aquellos que viajen en clase *economy* a partir de diciembre y en vuelos de largo recorrido podrán elegir asientos de mayor confort. De esta forma, se ofrecen diez centímetros más de espacio para extender las piernas y un respaldo con el doble de inclinación. Otra ventaja es la posibilidad de desembarcar antes, ya que los asientos de *economy* se sitúan en la parte delantera del aparato.

✉ [www.klm.com](http://www.klm.com)



Check-in de KLM.

## Abama Golf & Spa Resort de Tenerife apuesta por los viajes de incentivo

Abama Golf & Spa Resort en Tenerife ha puesto en marcha un ambicioso programa integral de servicios exclusivos pensados para grupos de incentivos y que ofrece la posibilidad de realizar actividades tanto *indoors* como *outdoors* dirigidas a "incrementar las habilidades de los trabajadores, el espíritu de equipo y a fomentar el bienestar personal", indican desde la dirección del hotel.

En este marco, Abama Spa ofrece un "completo" diagnóstico inte-

gral mediante la máquina de diagnóstico EIS, que identifica posibles riesgos funcionales y orgánicos que pueden incidir de forma negativa en el desarrollo profesional y personal del empleado. A partir de este momento, se lleva a cabo un completo programa de bienestar, belleza y salud. A nivel de actividades en el exterior el establecimiento organiza partidos de tenis, pádel, deportes de aventura y actividades naturales.

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



Abama Golf & Spa Resort.

## Madrid inicia su temporada de invierno con nuevas actividades y catálogos

Desde el pasado 1 de octubre el Patronato de Turismo de Madrid ha iniciado la nueva programación de Otoño del programa de visitas guiadas Descubre Madrid, con varias novedades. Destaca la ampliación de vistas con tres nuevas salidas los domingos por la tarde de 'Leyendas del Barrio de Palacio', 'El Paseo del Arte' y 'Essential Madrid'. También hay nuevas visitas a pie de 'Ayer y hoy de la Plaza Mayor' y 'Arquitectura de Vanguardia en el Paseo del Prado'.

Respecto a las visitas teatralizadas, se amplía 'Madrid Tenebroso' y se reedita 'Madrid de Película'. Además, se ha diseñado nuevas temáticas adaptadas a personas con discapacidad como 'CosmoCaixa' y 'El triángulo de Chamberí'. Por otra parte, la colección 'Madrid para Ti' se ha ampliado con dos ejemplares más: 'Madrid para Ti Museos' y 'Madrid para Ti Monumental', que completan la serie de compras, tapas, deportes, en familia, museos y monumental.

✉ [www.esmadrid.com/descubremadrid](http://www.esmadrid.com/descubremadrid)



Portada de tríptico 'Madrid Otoño'.

## Autocares Llaneza explota la línea Oviedo-Riosa-Teverga-Quirós

Autocares Llaneza, de transportes Bimenes, ha iniciado el servicio de transporte de viajeros de la línea Oviedo-Riosa-Teverga-Quirós. Tras la concesión será la encargada de dar servicio a los municipios asturianos de Ribera de Arriba, Morcín, Riosa, Teverga, Quirós, Santo Adriano, Proaza, y alguna localidad de Lena, además de Oviedo, ciudad destino y origen de la mayoría de los desplazamientos incluidos en esta concesión de transporte regular.

✉ [www.bimenes-te.com](http://www.bimenes-te.com)



Vehículo de Autocares Llaneza.



## Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

Nexotur ofrece a sus nuevos suscriptores un regalo excepcional con la Suscripción al Periódico: la edición especial del periódico por el 20 Aniversario del Grupo NEXO.

Un recorrido a fondo por los principales acontecimientos del Sector Turístico en estas dos últimas décadas, a través de las páginas del periódico NEXOTUR.

### BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

Deseo suscribirme al Periódico NEXOTUR por un año, recibiendo el libro 'No podía ser de otra manera', por sólo 99 euros\*.

D./D<sup>a</sup>: .....  
 Agencia: .....  
 Dirección: .....  
 Ciudad: ..... Prov.: .....  
 C.Postal: ..... CIF: .....  
 ☎:(.....)..... Fax: .....  
 e-mail: .....  
 Fecha de nacimiento: .....-.....-19.....  
**Firma:** .....

**Domiciliación Bancaria**/Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico NEXOTUR.  
 Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta Banco: .....  
 Titular: .....  
 CIF: .....  
 Firma: .....

✉ Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39

\* Precio y promoción sólo válidos para España



## II Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo

*Efectos del Cambio Climático en el Turismo Español*  
Miércoles, 28 de Octubre de 2009.

*Hotel Eurostars Madrid Tower. Madrid*

**Descripción** FuTURalia es un Foro Empresarial de la Mesa del Turismo, dedicado al análisis de prospectiva, prever escenarios y formular propuestas en pro de la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España.

**Objetivos** Los principales objetivos que persigue el Foro son los siguientes:

- 1º. Poner en valor el Medio Ambiente como un atributo vital para la necesaria Preservación del Entorno en la Oferta Turística Española.
- 2º. Sensibilizar al Empresariado Turístico acerca de la importancia de que su actividad se rijan por Principios de Sostenibilidad y Respeto al Medio Ambiente.
- 3º. Trasladar a la Opinión Pública la imagen de que el Empresariado asume su Responsabilidad en materia de Sostenibilidad y es activo en defensa del Entorno.

**Programa** Tras la Inauguración oficial, a cargo del Presidente de la Mesa del Turismo, Don Juan Andrés Melián, se dictarán las Ponencias-marco por parte de la secretaria de Estado para el Cambio Climático del Gobierno de España, Teresa Ribera, desde la visión gubernamental del cambio climático y el Turismo; y el presidente del Consejo de Transporte de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Lorenzo Chacón, desde la visión empresarial.

Un amplio Panel Empresarial contará con intervenciones de destacados representantes de los diferentes Sectores Turísticos: el presidente de AEDAVE (y del Grupo Vincit-Ultramar), José Manuel Maciñeiras; el director general de Air Berlín (y presidente del Fomento de Turismo de Baleares), Alvaro Middelmann; el presidente de Renfe Operador, Teófilo Serrano\*; el alcalde de Ronda, Antonio María Marín; y el consejero delegado de Europea de Seguros, David Hernandez.

A continuación se celebrará el debate 'Sostenibilidad e Innovación en el Turismo de Reuniones', en el que participarán el presidente de Ecoturismo de Negocios, Fernando Armendáriz, y el director general del Grupo MCI, Oscar Cereales. Para finalizar, el director del departamento de Medio Ambiente de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Luigi Cabrini, realizará un análisis de prospectiva sobre 'Cambio Climático en los Destinos Turísticos'.

\* Pendiente de confirmación



**Patrocinan** Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Ronda, Ecoturismo de Negocios y Grupo NEXO

**Acceso gratuito previa Inscripción (mediante solicitud de asistencia por email)**

Confirmación de Asistencia: [confirmacion@futuralia.org](mailto:confirmacion@futuralia.org) / Tel. 91 369 41 00 / Fax: 91 369 18 38  
Comité Organizador de FuTURalia: Grupo NEXO. Sede social: Lope de Vega, 13. 28014 Madrid

■ Club NEXOTUR

## Playa Senator ofrece un 50% de descuento a miembros del Club

Playa Senator ofrece descuentos del 50% a miembros del Club NEXOTUR durante la temporada baja y del 25% en temporada alta. Esta promoción especial, que está sujeta a la disponibilidad de los es-

**Club NEXOTUR**  
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 21**

tablecimientos, incluye tanto los hoteles ubicados en las ciudades como en las playas. Para ampliar la información sobre las rebajas de Playa Senator llamar al teléfono 950 62 71 60 o 901 10 12 10.

■ Fam Trip



La Comunidad ha recibido a 40 agentes de viajes de países árabes.

## Los países árabes en Andalucía

La Consejería de Turismo de Andalucía ha organizado un viaje de familiarización a Marbella. El objetivo de este acto ha sido enseñar la oferta turística de Andalucía a 40 agentes de países árabes, prestando especial atención al segmento de lujo. Este encuentro está promovido por la Junta, TurEspaña, el Ayuntamiento de Marbella y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 12 de octubre

Pilar Sanz, V. Dasa, Madrid; Pilar García, V. Open, Madrid; Antonio Olmedo, V. Boc, Algeciras; Antonia Huesa, Movi-Tours, La Garriga; Pilar Cabeza Torres, V. Bonilla, Córdoba; Pilar Cabeza Torres, V. Pinzón, Córdoba; Nuria Rodríguez Jiménez, V. Halcón, Sevilla; Nuria Rodríguez, V. Iberia, Sevilla; Inés Cañellas, Halcón V., Mahón.

§ 13 de octubre

Angel Cubillo, V. A Buen Puerto, Madrid; Otto Berger, Fun Touristik, San Agustín; Juan Manuel Sanz, V. Century, Barcelona; Emilio Domínguez Ayala, Amor Tours, Málaga; José Luis Méndez, V. Zafiro, Madrid; José Martín Fernández, Uijajes Guiana Tours, Ponferrada; Nuria González, Tele V., Madrid; Nanda Climent, V. Elche Tour, Elche.

§ 14 de octubre

Asunción Fernández, V. Olimpia Madrid, Madrid; Alba López, V. Cibeles, Madrid; Cristina Bonnet, V. Calvo, Palma de Mallorca; Esther Maceda, V. Imoha, Tres Cantos; Teresa Alvarez, V. Jet,

Pontareas; Amalia Pozo, V. Botafumeiro, Vigo; Maite Villanueva, V. El Corte Inglés, Zaragoza.

§ 15 de octubre

Ana Rodriguez, Turoeste, Badajoz; Purificación Sánchez López, V. Zeppelin, Madrid; Francisco Cabañas Sánchez, V. Cabaro Tours, Avila; J. Antonio Cristin, V. Cristin, Ordenes; Jesús García, V. J.G. Valladolid; Francisco Navarro, V. Dumpy, Valencia; Armando Bailo, V. Norte-Sur, Zaragoza; Ginesa Gómez, V. Famacar, Lorca; Fernando Rial, V. Barco, Cangas de Morrazo; Rafael Borobia, V. Arista, Madrid; Julia Prados Fernández, V. Informativo, Leganés; Mayte Muerza Ezquerro, Travel Rioja, Arrendó; José María Sánchez, V. Triana Sal, Dos Hermanas; Silvia Cantín, V. Tívoli, Zaragoza.

§ 16 de octubre

Idoia Monje, V. Eroski, Santurce; José Luis Sierra Sánchez, V. Ecuador, Madrid; Jesús Esteban, V. Edisema, Tarragona; Henriette Pareto, V. Gis, Barcelona; José Ibañez, V. International Expreso, Barcelona; Isidoro González,

Lizarra Express, Estella; Juan Martínez Martínez, V. Castulo, Linares; Jesús Esteban, Avui Viatges, El Vendrell; Eufemio Dios, V. Galan Tours, Mérida; Mar Pou, V. Savisa, La Junquera.

§ 17 de octubre

Mayte Arrutia, V. Garoa, Irán; Mariana Gómez Calcerrada, V. Iguazú, Madrid; Leonor Soriano, V. Levante, Valencia; Antonio Muñoz, V. BTC, Madrid; Ismael Fernández, V. Ibermar, Madrid; Marga Ferrer, Central de V., Barcelona; Fátima Camela, Anibal Tour, Badajoz; M<sup>a</sup> Dolores Roca Cortes, Viatges Iltrida, Balaguer; M<sup>a</sup> Ángeles Biel, V. Massai, Lleida; Lola Hernández Pérez, V. Thadertur, Murcia.

§ 18 de octubre

Cati Lopez, V. Bestours, Barcelona; Felipe Barco, V. Rosaleda, Málaga; M<sup>a</sup> Rosa Bonet, V. Mestres, Valls; Anabel Rodríguez, IA V., Madrid; Neus Fulladosa, V. Figueres, Figueras; Cristina Vivas, V. Rango, Puerto de Sagunto; M<sup>a</sup> Antonia Muñoz, V. Hippo, Yecla; Carmen Galindo, Halcón V., Albacete; Rosa María Ruiz, V. Tabatour, Badajoz.

**La información profesional no es un juego de niños**

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

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

**NEXOTUR**  
De Profesional a Profesional

# CIMET



XIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE  
MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

## XIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA de Ministros Y EMPRESARIOS de Turismo

Parque Ferial Juan Carlos I. Feria de Madrid  
Madrid (España). Martes, 19 de Enero del 2010

CON LA COLABORACIÓN DE



Bajo la Presidencia de Honor de Su Majestad Don Juan Carlos I Rey de España



PRÓCERES DEL TURISMO ESPAÑOL  
Insignias de Honor de CIMET

S. M. JUAN CARLOS I	REY DE ESPAÑA
GABRIEL BARCELÓ	GRUPO BARCELÓ
GERARDO DÍAZ FERRAN	AEROLÍNEAS
HORACIO ECHEVARRIETA	IBERIA LAE
GABRIEL ESCARRER	GRUPO SOL MELIÁ
LORENZO FLUXA	VIAJES IBERIA
JUAN GASPART	GRUPO HUSA
JUAN JOSÉ HIDALGO	GLOBALIA CORP.
ABEL MATUTES	FIESTA HOTELES
JOSE MELIÁ	CORPORACIÓN MELIA
GONZALO PASCUAL	GRUPO MARSANS
LUIS RIU	RIU HOTELS

**“EN NOMBRE DEL GOBIERNO DE  
ESPAÑA DESEO A SUS ORGANIZADORES  
UN NUEVO ÉXITO EN ESTA CONSOLIDADA  
CONVOCATORIA, QUE ES YA UN GRAN  
ACTO DE REFERENCIA DEL TURISMO  
ENTRE IBEROAMÉRICA Y ESPAÑA”**

**JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO,  
PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE ESPAÑA**

ENTIDADES PATROCINADORAS DE LA CONFERENCIA IBEROAMERICANA



CONVOCA



Lope de Vega, 13 / P.O.Box 10.119 / 28014 Madrid (España)

☎ 91 369 41 00 / fax: 91 369 18 39 / e-mail: presidencia@gruponexo.org



AIPET ES UNA ORGANIZACIÓN NO  
GUBERNAMENTAL ADSCRITA A LAS  
NACIONES UNIDAS/ONU Y UNESCO



# 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
<b>GUAMA</b>	<b>Descuento del 30%</b> sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915643918
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. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
<b>WORLDHOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	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



# La Oferta del Business Travel y de Reuniones e Incentivos en...

# NexoBusiness

*NexoBusiness es una Feria del Grupo NEXO*

*VII Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos*



*Jueves, 15 de Octubre 2009*

*—Pre Inscribase ahora Visitante Profesional (exclusivamente Compradores potenciales) en [www.nexobusiness.com](http://www.nexobusiness.com)*

*Reserve su Espacio como Expositor (solo Proveedores de Business Travel y Reuniones) en el teléfono 91 369 41 00*

*Hotel Eurostars Madrid Tower*

# Hot el er ia

## CEHAT subraya la necesidad de que las hoteleras aborde 'con mayor rapidez' innovación tecnológica

El ITH nació hace cinco años a iniciativa de CEHAT como 'palanca de transformación del Sector'

**El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, ha destacado la necesidad de abor-**

**dar "con mayor rapidez" la innovación tecnológica en el sector hotelero, "uno de los mayores retos a los que se enfrenta y del que no siempre**

**se ha tenido conciencia". Para Mola, "aún queda mucho por hacer", porque todavía no hay conciencia suficiente sobre este tema".**

MolasEl presidente de CEHAT, Joan Molas, ha destacado el trabajo del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) durante estos cinco años y ha precisado que "aún queda mucho por hacer" porque "todavía no hay conciencia suficiente" ni en el sector, ni en las Administraciones públicas, cuyos presupuestos para este ámbito "son limitados".

"Estamos a mitad de camino y todavía no hay una clara vocación para apostar por la innovación como futuro pese a que la mayoría de los hoteles ya perciben esta necesidad y disponen de sus propias web", ha añadido Molas.

En este sentido, el presidente de CEHAT ha insistido en que el objetivo del ITH es facilitar a los hoteleros, "sobre todo a aquellos que no disponen de suficientes recursos", las herramientas que les permitan salir de la crisis "reforzados", con sistemas de gestión "más dinámicos y actualizados" y con la posibilidad de "posicionarlos al nivel de las grandes cadenas" para no competir

con otros países únicamente sólo a base de rebajar el precio.

Así y para atajar la "enorme separación" entre el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación en el Sector, el ITH está trabajando en tres líneas de actuación: la difusión de las mejores prácticas, la formación y el desarrollo de diferentes proyectos tecnológicos basados en la comercialización a través de Internet y la sostenibilidad.

De esta manera, la Confederación considera que, sólo mediante la adaptación de las cadenas al mercado y a un consumidor que requiere de mayor información por la proliferación de Internet, se conseguirá que el usuario "pague el precio justo por la oferta que recibe".

### Proyectos del ITH

Por su parte, el director del ITH, Álvaro Carrillo, se ha referido a las Jornadas sobre Innovación organizadas en colaboración con la Sociedad Estatal para la Gestión de la



El objetivo del ITH es facilitar al hotelero las herramientas necesarias.

Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) que tratan sobre las Web 2.0, la comercialización y la puesta en marcha del canal escuchatucliente.com.

En materia de eficiencia, Carrillo ha valorado la "buena acogida del benchotemark", una herramienta impulsada desde el ITH que permite "verificar la eficiencia del consumo

energético de cada establecimiento". En cuanto a la formación, el director del ITH ha destacado la puesta en marcha de las plataformas Canaltur -dirigida al diseño de páginas web avanzadas-, el simulador de gestión Hotelgame y el plan de Innovación y Proyectos Sostenibles, que incluye el desarrollo de webs sobre destinos turísticos.

## Hoteleros de Alicante destacan la importancia de la calidad turística

Un total de 50 representantes del sector hotelero han debatido sobre la 'Q' de calidad en la mesa redonda 'Turismo, principal motor económico de la provincia de Alicante' y han concluido que la calidad es un "valor añadido" frente a la competencia de otros destinos.

En la jornada sobre el Turismo como motor económico de la provincia alicantina han participado representantes de organismos y empresas del sector como la coordinadora de Calidad de HOSBEC, Mayte García, el representante de la Cámara de Comercio, José Mancebo, Julián Llorca, por parte de la Asociación Provincial de Hoteles de Alicante, Javier García del Hotel Palm Beach, Jaime Esquembre de Intermundo Comunicación y Santiago Molto de Mentta Marketing.

En este encuentro los participantes han coincidido en que la calidad es "uno de los principales valores añadidos" de los hoteles alicantinos frente a otros destinos competidores y un "requisito indispensable en el que han de participar e implicarse todos los empleados de los hoteles, con una actitud positiva y asentada en unas bases formativas".

Respecto a la situación del Turismo en la provincia alicantina, José Mancebo ha destacado que el Sector es "uno de los que mejor está sorteando la crisis", un hecho que se demuestra con las cifras favorables de ocupación de este verano. Mancebo también ha identificado las bases sobre las cuales se debe asentar la obtención de la calidad en los establecimientos turísticos: "innovación, gestión, comunicación y flexibilidad".

### Comunicar los valores

Por su parte, el director de Intermundo Comunicación, Jaime Esquembre, ha subrayado la importancia de la comunicación ya que, si un hotel alcanza la excelencia pero no la comunica, "es como si no la hubiera conseguido" porque no llega al destinatario.

En el encuentro se han celebrado también dos sesiones formativas complementarias de una formación a distancia que han llevado a cabo los participantes y cuyo objetivo era contribuir a la implantación de la norma 'Q' de calidad turística en los hoteles.

## UGT cree que la oferta residencial y el 'todo incluido' destruyen el Turismo

El secretario general de UGT, Cándido Méndez, ha manifestado que la oferta residencial y el 'todo incluido' son los "principales agentes destructores del Turismo" y ha añadido que estos elementos "dan al traste" con la principal industria del país, "especialmente tras la caída de la construcción".

Méndez subraya que el 'todo incluido' "aniquila la oferta complementaria en las islas Baleares", por lo que hay que apostar por "otro modelo, que asiente el 'sol y playa' pero sobre la calidad". En cuanto al Turismo residencial, el secretario general de UGT explica que, debido al "tirón" de la construcción, se ha ido produciendo un proceso de cambio de plazas hoteleras por otras residenciales y ha recordado que en esta modalidad la oferta complementaria "cada día tiene menos peso".

Por otro lado, el representante sindical ha considerado que el proyecto de rehabilitación integral de la Playa de Palma, que ahora se está diseñando, es un paso "en la dirección correcta" porque producirá una "regeneración a todos los niveles y en todas las facetas" de la Bahía de Palma, al incorporar nuevos viales, sanear áreas degradadas, o incorporar zonas

verdes. Además, "facilitará la continuidad del Turismo, en el que trabaja el 28% de la población activa balear".

En lo que respecta a los convenios colectivos, Méndez ha anunciado que se debatirá "profundamente" qué hacer con los mismos durante los próximos tres años cuando comience la recuperación económica y ha advertido a las organizaciones empresariales de que la salida de la crisis económica no pasará, "en ningún caso", por el recorte de los derechos a los trabajadores.

"Recortar los derechos laborales supondría agravar aún más el impacto de la crisis económica en términos de destrucción de empleo, lo que perjudicaría a la inmensa mayoría de la sociedad", ha añadido. Así, el representante sindical ha abogado por buscar fórmulas para reducir la temporalidad e incrementar los "bajos salarios que cobran los trabajadores españoles", porque se está produciendo una "situación de claro despilfarro", ya que tenemos una generación de "buenos profesionales jóvenes que cobran sueldos muy bajos" y desarrollan actividades de "bajo valor añadido", "precarias y mal retribuidas".

### Producto

Beachcomber reabre el Hotel Dinarobin y presenta nueva imagen corporativa

La directora regional para España y Portugal de Hoteles Beachcomber, Irene Blanco, ha presentado, en el lanzamiento de la nueva imagen corporativa de la cadena, la reapertura del cinco estrellas lujo Dinarobin de Isla Mauricio, "el preferido por el viajero español", según la compañía. Blanco ha explicado que la renovación ha consistido en la reforma de las piscinas, bares y salones y áreas comunes, para otorgar al huésped "una estancia de lujo y en armonía con la naturaleza".

### Kris Hoteles, del Grupo Transhotel incorpora un establecimiento en Avilés

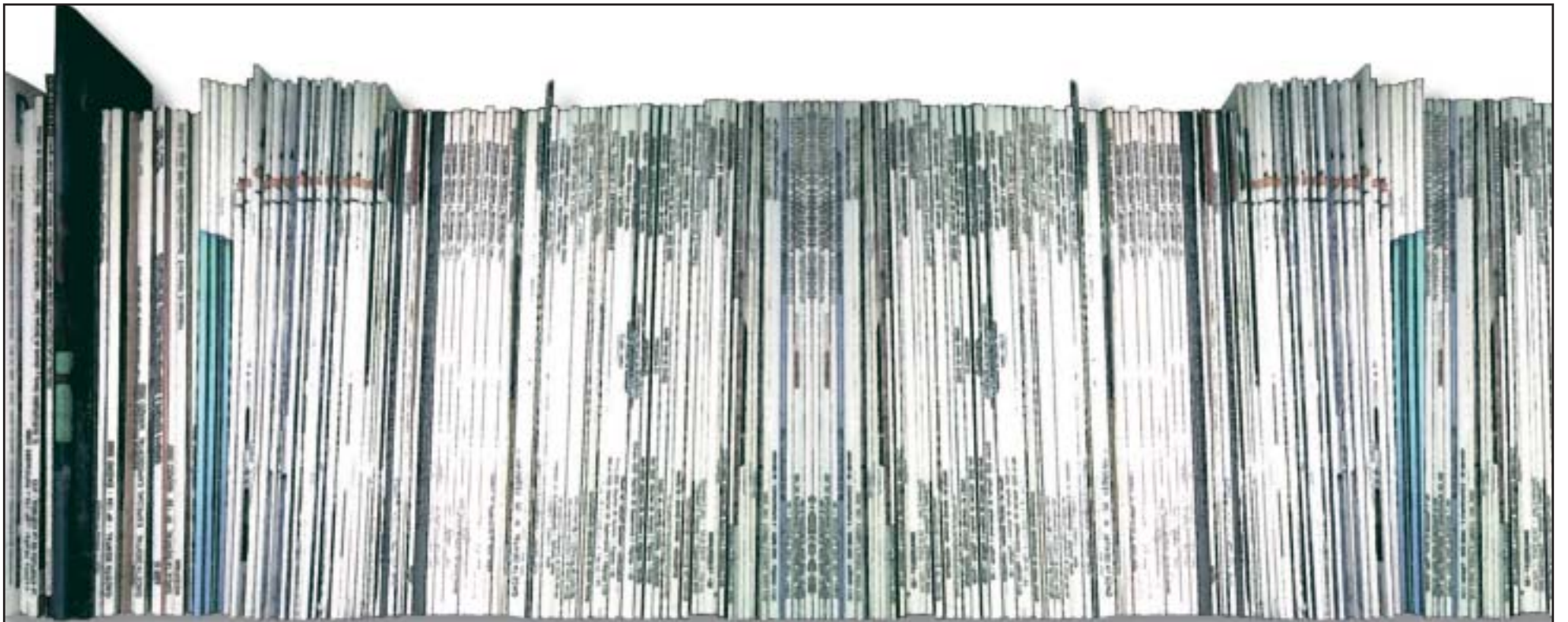
Kris Hoteles, la cadena hotelera del Grupo Transhotel, ha incorporado un nuevo establecimiento a su portfolio, el Kris Parque Astur situado en Avilés. El hotel de cuatro estrellas cuenta con un total de 120 habitaciones y diferentes instalaciones para la celebración de congresos como dos salas de reuniones y un salón de actos con capacidad para más de cien personas. Kris Hoteles cuenta con ocho hoteles en varios de los principales destinos españoles.

### El Hotel Sir Anthony termina su renovación tras invertir 10 millones de euros

El Hotel Sir Anthony, uno de los tres que alberga el complejo Mare Nostrum Resort de Tenerife, ha completado la remodelación completa de sus instalaciones para ofrecer a sus huéspedes un "concepto innovador de lujo y exclusividad". La compañía ha invertido un total de 10 millones de euros. El nuevo establecimiento tiene 70 habitaciones y cuenta con seis suites, algunas de ellas con acceso directo a la piscina y la playa de El Camisón.

### Diferentes hoteles de Santa Cruz Tenerife contarán con informadores turísticos

El área de Turismo de la Sociedad de Desarrollo de Tenerife ha presentado una iniciativa para que un total de 16 personas faciliten información a los turistas sobre museos y lugares de interés en diferentes hoteles de Santa Cruz de Tenerife. Se emprenderán diferentes actividades formativas para los informadores.



# 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**

# Rita Martín pide a los empresarios que se impliquen en la renovación de la planta alojativa de las Islas

La consejera ha criticado también las quejas del presidente de ASHOTEL, José Fernando Cabrera

**La consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Rita Martín, ha pedido al sector hotelero de las islas que se implique en la renovación**

**de la planta alojativa "de forma paralela a la inversión pública". Por otra parte, ha criticado las "guerras mediáticas" del presidente de**

**ASHOTEL, José Fernando Cabrera, que ha criticado su gestión y la de su Consejería. Martín que hace daño "a los empresarios".**

Tras las críticas vertidas por el presidente de ASHOTEL, José Fernando Cabrera, por la gestión de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, su consejera, Rita Martín, ha manifestado que las críticas a la Consejería a quien hacen daño "realmente" es a los "empresarios que están aguantando el tirón y a los empleados".

Además, la consejera ha añadido que las palabras de Cabrera "sólo tienen afán de protagonismo" y ha insistido en que su departamento "siempre está abierto a escuchar". "No quieren reconocer lo que se está haciendo ni admitir que se les convoca a las reuniones y que no asisten por motivos de agenda", ha precisado Martín. Por otro lado, la representante autonómica ha subrayado que, además de

la inversión pública que hace la Administración, ésta debe ir acompañada de la inversión privada de la industria ya que, según sus palabras, "nosotros no podemos tirar un hotel y reconstruirlo". En este sentido, la consejera canaria ha insistido en la importancia de la negociación de los préstamos ICO para la renovación de la planta hotelera y ha manifestado que su departamento ha cumplido con el "96% de las actuaciones" programadas.

Asimismo, defiende la Ley de Medidas Urgentes y la inversión del Gobierno de Canarias en el Plan Estratégico de Espacios Públicos 2009-2013, cuya cantidad asciende a 261 millones de euros.

Por su parte, el consejero responsable del área de Turismo del Cabildo



La consejera de Turismo pide mayor implicación a los empresarios canarios.

de Tenerife, José Manuel Bermúdez, ha admitido la necesidad de poner en marcha un órgano ejecutivo que "tome las decisiones para mejorar el sector" y que esté formado por el Gobierno, el Cabildo y los empresarios.

Además, Bermúdez ha admitido que hoy en día los fondos para promoción exterior "escasean" y ha expresado a los empresarios su "compromiso" para trabajar "incansablemente" en aumentar estos presupuestos.

## Benidorm se sitúa como el tercer destino de España en cuanto a número de pernoctaciones

Alicante registra en agosto el 60% de las pernoctaciones de Valencia

**La Asociación Empresarial de Hoteles de Benidorm y la Costa Blanca (HOSBEC) ha mostrado su "satisfacción" porque Benidorm fue en agosto el tercer destino**

**turístico de España con mayor número de pernoctaciones hoteleras, por detrás de Calviá (Baleares) y Barcelona, tal y como recoge el Nacional de Estadística (INE).**

Benidorm ha registrado en agosto 1,2 millones de pernoctaciones hoteleras, una cifra que "muy cercana" a los resultados de Barcelona, según HOSBEC. En este sentido, la asociación destaca una "diferencia fundamental" entre los dos destinos, ya que para conseguir estos resultados Benidorm necesitó 208.534 turistas, mientras que Madrid y Barcelona "superan ampliamente los 500.000 viajeros".

De la misma forma, HOSBEC celebra también que la Costa Blanca se

mantuviera en agosto como el tercer destino turístico peninsular en número de pernoctaciones, con 1,9 millones, por delante de Tenerife, la Costa Dorada, Ibiza, el Maresme o Gran Canaria. Así, la provincia de Alicante ha registrado en agosto el 60% de todas las pernoctaciones hoteleras de la Comunidad Valenciana, mientras que Castellón y Valencia, el 18% y el 22% respectivamente.

En conjunto, los turistas alojados en establecimientos hoteleros de la

Comunidad Valenciana han efectuado un total de 3.284.810 pernoctaciones hoteleras, lo que supone algo más del 9% del conjunto nacional.

Benidorm, por su parte, acapara el 37% del Turismo de la Comunidad y casi el 50% de todos los turistas extranjeros en cuanto a alojamiento hotelero. Así, la representatividad de la Costa Blanca en cuanto a turistas extranjeros es "igualmente abrumadora", según HOSBEC, ya que supone el 70% de todos los que visitan la región.

## HOSTEMUR cree que la temporada de verano ha sido 'aceptable' a pesar de caer la rentabilidad

La asociación llama la atención sobre el desequilibrio entre oferta y demanda

**La presidenta de la Federación Regional de Empresarios de Hostelería y Turismo de Murcia (HOSTEMUR), Soledad Díaz, ha calificado como "aceptable" la tem-**

**porada de verano recientemente finalizada, a pesar de que se ha registrado una "caída en picado" de la rentabilidad de un 6,9% en dicho mes.**

Los datos revelan que el Turismo de 'sol y playa' ha salvado la campaña de verano en la Región, ya que en zonas como el Mar Menor, Mazarrón o Águilas los hoteles se llenaron los fines de semana, alcanzando una ocupación superior al 85% en agosto. Por su parte, los campings de Murcia registraron una ocupación media del 75%.

En cuanto a los datos de ocupación de las principales ciudades, Murcia, Cartagena o Lorca han registrado una "caída sin precedentes", llegando en algunos casos a descensos del

20%. Sin embargo, Díaz señala que los resultados han sido "menos malos" de lo que se esperaba si se tienen en cuenta las previsiones de junio y precisa que estas cifras se han alcanzado gracias al incremento de ofertas y descuentos, que han "mermado la rentabilidad" de los establecimientos hasta en un 7% de media.

Además, pronostica, a tenor de las cifras, un otoño "duro y complicado", ya que los números "no cuadran" en muchos establecimientos y ha advertido que todos los agentes del Sector

deberán "abrocharse el cinturón" para afrontar con garantías los próximos meses. En este sentido, precisa que Murcia es la tercera Comunidad en donde la caída de la rentabilidad ha sido "mayor porcentualmente, frente a la media nacional". Así, la patronal "no debe disfrazar la verdadera realidad", ha manifestado Díaz, que ha explicado que durante los meses de julio y agosto ha habido una demanda de última hora "sin precedentes" y una guerra de precios a nivel regional "por el miedo a no llenar las plazas".

## Producto

**Starwood Hotels desembarca en América Central con un nuevo establecimiento**

Starwood Hotels ha abierto su primer establecimiento en América Central, el Le Méridien Panamá, en la capital de Panamá. El hotel está situado en la zona financiera y cerca de uno de los destinos que más atrae a los turistas internacionales, el Canal de Panamá. El presidente del grupo estadounidense en América Latina, Osvaldo Librizzi, ha explicado que la marca Le Méridien está pensado como "complemento de Starwood en Iberoamérica".

## La consejera de Cultura de Extremadura presenta la Hospedería de Castuera

La consejera de Cultura y Turismo de Extremadura, Leonor Flores, ha presentado el proyecto de Hospedería de Turismo que su departamento va a construir en Castuera (Badajoz) y ha subrayado que este alojamiento será un "revulsivo" y un elemento de revalorización y dinamización de la zona. El arquitecto de la Hospedería, Luis Pancorbo, ha explicado que el primer objetivo a la hora de diseñar el edificio fue que contara con una "arquitectura integrada en el entorno" y que no fuera agresiva para la vecindad.

## El turoperador Apple Vacation premia a tres establecimientos de Barceló

El turoperador americano Apple Vacation ha concedido los premios Apple Golden Award a los hoteles de Barceló en México Maya Caribe, Maya Beach y Maya Palace, un reconocimiento que la cadena ha recibido con "orgullo y esperanza" en un momento en el que el destino "pasa por momentos delicados". Barceló ha destacado que estos premios reconocen los "altos niveles de calidad" de los tres hoteles que la cadena tiene en la Riviera Maya así como su "adaptación a las necesidades del Turismo".

## AEHCOS crea una comisión de trabajo de seguimiento al desarrollo del Turismo rural

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) ha creado una comisión de trabajo sobre Turismo rural para atender al auge que este segmento del alojamiento ha experimentado en los últimos años. La asociación empresarial ha explicado que la "amplia gama de actividades" que ofrece la provincia, así como su oferta hotelera "hace necesario" un seguimiento "más controlado y exhaustivo".

## La Rioja registra casi un 3% menos de pernoctaciones en agosto

Los hoteles de La Rioja registraron el pasado agosto un total de 105.636 pernoctaciones, lo que supone un descenso del 2,9% con respecto al mismo mes de 2008, a pesar de que los precios bajaron un 5,1%, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

El número de viajeros en La Rioja disminuyó un 9% en el mes central del verano hasta situarse en 54.803 turistas, 46.839 de los cuales procedieron de otras partes de España —un 8,7% menos que en agosto de 2008— y 7.964 del extranjero —un 11% menos—.

En cuanto a los viajeros nacionales, el 26,9% eran catalanes, el 14,2% madrileños y el 11,5% procedían de la Comunidad Valenciana, mientras que en lo que respecta a las pernoctaciones hoteleras, 93.827 correspondieron a turistas nacionales y un 11.809 a extranjeros. Por otro lado, La Rioja registró en agosto 140 establecimientos abiertos, uno más respecto al mismo periodo del pasado año, con 6.154 plazas y un grado de ocupación del 54,9% que llegó al 63% durante los fines de semana.

Por último, los datos del INE muestran que el descenso interanual de los precios hoteleros en agosto fue del 4,6%, 6,8 puntos por debajo de la tasa interanual que se registró en el mismo mes del año pasado. Por su parte, el Índice de Ingresos Hoteleros registró un descenso interanual del 4,2%, lo que supone 0,4 puntos más que en julio y 6,9 puntos por debajo de la de agosto de 2008.

# Alexandre Hotels posibilita en su 'web' la reserva para las agencias

La página en Internet de Alexandre Hotels presenta información sobre sus hoteles y destinos y una completa gestión de reservas, que incluye áreas para clientes no registrados, empresas concertadas, agencias de viajes y gestión específica de grupos.



www.alexandrehotels.com

**Alexandre Hotels**, cadena hotelera que dispone de dos hoteles de vacaciones en Tenerife y otros dos de ciudad en Barcelona, presenta en Internet una página bien diseñada, en la que incluye una descripción adecuada de cada establecimiento y de su destino. También dispone de una completa gestión de reservas válida para todo tipo de usuario, que contempla el acceso posterior para su cancelación o modificación. Alexandre ofrece únicamente la versión de su página en castellano, aunque para la gestión de reservas también incluye versión en inglés.

### INFORMACIÓN

Se accede a la descripción de cada hotel desde la primera pantalla. Presenta una información adecuada, en cuatro pantallas, incluyendo el enlace con la web del hotel. También incluye una pequeña descripción de Barcelona y Tenerife, con enlaces de interés.

### RESERVA

Para gestionar reservas presenta el sistema estándar 'ihotelier', que incluye la gestión para clientes, agencias y empresas concertadas, además de ofrecer un área especial para grupos. También permite la modificación y la cancelación posterior de la reserva.

### GENERAL

La página también presenta un área de información sobre la cadena, su filosofía y su garantía de calidad, además de un formulario de contacto. Ofrece al cliente el alta para recibir noticias, pero no incluye un área especial ni programas de fidelización de clientes.

#### ▲ Lo Mejor / Completa

Se trata de una página bien diseñada que ofrece una completa gestión a cualquier tipo de usuario.

#### ▼ Lo Peor / Cobertura

Su utilidad está muy limitada al disponer únicamente de dos hoteles en Tenerife y otros dos en Barcelona.

### ALEXANDRE / Hoteles

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

Alexandre Hotels presenta una página de diseño enfocado a ofrecer un adecuado sistema de gestión a los profesionales de Turismo, que disponen de una sección especial para gestionar sus reservas, pero su utilidad está limitada por la escasa cobertura de la cadena.



**Entrada /** Presenta el acceso a sus cuatro hoteles, noticias, algunas ofertas y la primera pantalla de gestión de reservas.



**Producto /** Ofrece una descripción adecuada de cada hotel, en cuatro pantallas, incluyendo el enlace con su web.



**Reserva /** Presenta un sistema de reservas estándar, válido para clientes, agencias y empresas con acuerdos corporativos.

# PortAventura facilita en Internet sus características y las reservas

PortAventura presenta en su 'sitio' web una completa relación de todos los atracciones y otros servicios turísticos que ofrece el parque a sus visitantes, a la vez que permite gestionar sus reservas, tanto al cliente final como a los agentes de viajes.



www.portaventura.es

Tanto el cliente final como los profesionales de Turismo pueden conocer la descripción general de todas las actividades y servicios que ofrece **PortAventura** a sus visitantes. Su sistema de información está bien estructurado y es fácil de utilizar, aunque es muy limitado en información audiovisual. Además, contempla la gestión de reservas de entradas a las distintas áreas y también de los hoteles del parque. La página analizada ofrece únicamente una versión en castellano, pero existen otras en distintos idiomas.

### INFORMACIÓN

Ofrece la relación por tipos de las actividades, servicios y otros contenidos de PortAventura, su parque acuático y el Beach Club. Seleccionando un tipo ofrece sus distintas posibilidades y presenta una descripción general de cada atracción o servicio que incluye.

### RESERVA

Desde la primera pantalla se puede acceder a los sistemas de gestión de reservas de entradas, muy completo y de fácil uso, y de hoteles. En ambos casos ofrece un área especial para que las agencias de viajes puedan realizar sus propias reservas.

### GENERAL

La página ofrece también información general sobre el parque, sus servicios para reuniones y eventos y su oferta de golf. Además, incluye áreas especiales para su programa educativo 'Aula Aventura', otra de gestión de empleo y una sala de prensa.

#### ▲ Lo Mejor / Completa

Incluye información de todo lo que pueden encontrar los visitantes en el parque y una sencilla gestión de reservas.

#### ▼ Lo Peor / Descripciones

Ofrece una descripción muy limitada de cada atracción o servicio, y con muy poca información gráfica y audiovisual.

### PORT AVENTURA / 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	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

### EVALUACION NEXOTUR.COM

El parque temático PorAventura presenta una página de utilidad para los visitantes y las agencias de viajes, ya que éstas pueden registrarse para gestionar las reservas de sus clientes. No obstante, sería de mayor interés si ampliara la información sobre sus actividades.



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información, a la reserva de hoteles y entradas, y al área de agencias.



**Producto /** Seleccionando por tipo, presenta una relación y una descripción de cada una de sus atracciones y servicios.



**Reserva /** Dispone de sistemas de gestión de reservas de hoteles y entradas, con áreas para visitantes y para agencias.

# Guipúzcoa presenta un 'sitio' con el transporte terrestre provincial

LurraldeBus, empresa integradora de los operadores de transporte terrestre de la provincia de Guipúzcoa, presenta una página en Internet con información sobre sus servicios y horarios, así como sobre los distintos títulos de transporte que ofrece.



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

La Diputación Foral de Guipúzcoa, a través de LurraldeBus, presenta un amplio conjunto de servicios de transporte terrestre en la provincia, integrados en una única plataforma técnica cuya información se ofrece en una web que permite consultar sus líneas, horarios y tarifas. También ofrece información sobre los diferentes tipos de tarjeta de usuario y de los lugares en los que se pueden recargar, accediendo por zona y localidad. Por otro lado, la página presenta únicamente versiones en castellano y euskera, aunque en algunos folletos se incluyen otros idiomas.

## INFORMACIÓN

Presenta la relación de los operadores que se integran en LurraldeBus y una descripción de sus servicios, así como sobre sus líneas y horarios por zona, operador u origen y destino, distinguiendo entre las que se incluyen en el billete único y el resto de servicios.

## RESERVA

No contempla ningún tipo de gestión de reservas ni la recarga online de los billetes. Ofrece información sobre sus distintos tipos de títulos de transporte y sobre los puntos de recarga que existen por zona y localidad. Tampoco incluye un área para las agencias de viajes.

## GENERAL

También incluye información sobre la empresa y la estructura técnica de sus servicios de integración de los distintos operadores que la componen. Ofrece un área de descargas con información sobre los distintos títulos de transporte en varios idiomas.

### ▲ Lo Mejor / Integración

Integra en una única página la información y la gestión de la mayoría del transporte terrestre en la provincia.

### ▼ Lo Peor / Funcionalidad

Su estructura de información y las formas de consulta son mejorables. También sería positivo añadir otros idiomas.

## LURRALDEBUS / Transporte

### Ponderación de los Valores

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

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

La página de LurraldeBus ofrece muy poco interés a las agencias de viajes, ya que además de su escasa cobertura, al tratarse del transporte terrestre de una provincia, sólo ofrece información sobre sus servicios y sus títulos de transporte enfocada al cliente final.

**4,7**



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información, noticias y el enlace con páginas oficiales de Guipúzcoa.



**Producto /** Informa sobre las distintas zonas, la tabla de saltos entre zonas y las tarifas, así como sobre líneas y horarios.



**Reserva /** Ofrece información sobre sus diferentes tipos de billetes de transportes y sobre sus puntos de recarga.

# Lanzarote describe sus atractivos a través de una página en la Red

La web oficial de Turismo de Lanzarote presenta, con una estructura de fácil acceso, una información muy general sobre la isla, sus múltiples atractivos turísticos y sus hoteles y empresas de alquiler de coches, pero no dispone de gestión de reservas.



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

La Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote ofrece en su página en Internet una amplia relación de sus principales servicios y atractivos turísticos, distribuidos por tipos, de los que además ofrece una descripción, aunque a un nivel muy general y con una reducida información gráfica, excepto un conjunto de vídeos que ofrece en un apartado especial. También dedica un área a la organización de eventos, pero no contempla ningún tipo de gestión de reservas. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano, inglés y alemán.

## INFORMACIÓN

Aunque ofrece la relación y una descripción muy general de todos los atractivos turísticos de la isla, la información de cada tema es muy limitada y con escasa información gráfica, por lo que no ofrece una imagen a la altura de la calidad de sus bellezas naturales.

## RESERVA

También en el área de servicios turísticos ofrece un buscador de alojamientos y una descripción de cada uno, así como sus empresas de alquiler de coches, incluyendo en ambos casos la dirección de su web, pero sin ningún tipo de gestión de reservas online.

## GENERAL

Además, incluye información sobre la isla, su historia, gastronomía, enología, mapas y callejeros, compras y mercadillos, así como un área de multimedia que incluye varios vídeos sobre Lanzarote y otra dedicada a la oferta de su Convention Bureau.

### ▲ Lo Mejor / Estructura

Cubre todos los tipos de temas de interés en la isla, con un fácil sistema de acceso a cualquier información.

### ▼ Lo Peor / Utilidad

Ofrece una información, tanto textual como gráfica, muy limitada de cada tema y sin enlaces para ampliarla.

## LANZAROTE / Destino

### Ponderación de los Valores

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

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

El 'sitio' oficial de Turismo de Lanzarote en Internet ofrece una información de relativo interés a los agentes de viajes, a pesar de enumerar sus principales atractivos y servicios turísticos, ya que ofrece una descripción limitada de los mismos y no contempla la gestión de reservas.

**5,9**



**Entrada /** Presenta el acceso, por tipo de consulta o por actividad, a todos los temas de interés turístico de la isla.



**Producto /** Por cada tipo de atractivo turístico ofrece una relación y la descripción general del seleccionado.



**Reserva /** Ofrece un buscador de alojamientos, con su descripción, y la relación de rent a car, pero sin gestión de reservas.

# Indicadores

## EL PULSO

### Los 400 golpes (o euros)

RECORDAMOS AQUELLA gran película de Truffaut a cuenta, de nuevo, de la retirada de los famosos 400 euros. Como se recordará éstos, procedentes de una promesa electoral fueron recibidos por la ciudadanía con cuentagotas mediante una reducción de retenciones, y compensada la mayor



JOSÉ ARQUERO

renta obtenida en la declaración del IRPF mediante su deducción. De este modo, pudo mantenerse, más o menos el ritmo de devoluciones fiscales,

las cuales suponían en muchísimos casos, una parte importante del presupuesto vacacional. Pues bien, ahora la deducción desaparece por obra y gracia de la misma mano que la puso. ¿Qué va a ocurrir en la declaración del año próximo? Por supuesto nadie lo sabe, los designios de «arriba» son inescrutables, pero lo más probable es que, al no haberse tocado las retenciones durante este año, las declaraciones de mayo de 2010 (ejercicio 2009) salgan positivas o como mucho equilibradas o con devoluciones mucho menores. Que no nos pase nada.

## Previsión

**Dólar USA**  
5.10.2009  
1,454 \$/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,526 \$/€
	6 Meses	1,525 \$/€
	12 Meses	1,532 \$/€

**Yen Japonés**  
5.10.2009  
129,950 ¥/€

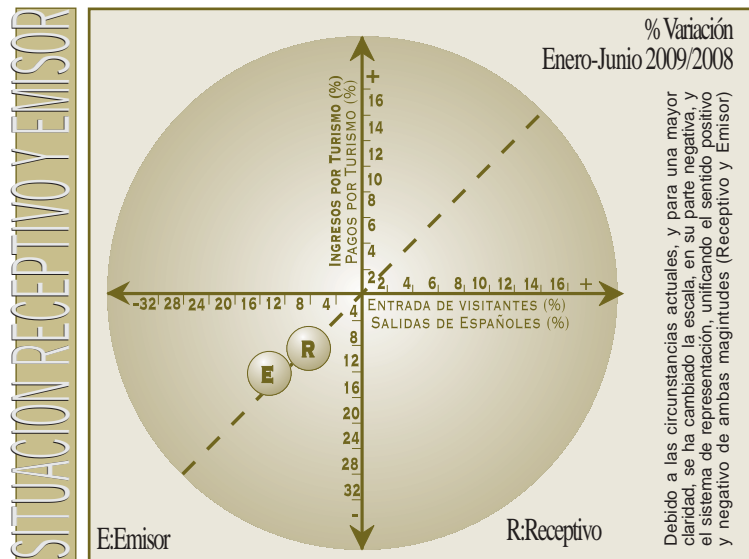
**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	129,891 ¥/€
	6 Meses	129,763 ¥/€
	12 Meses	129,874 ¥/€

**Libra Esterlina**  
5.10.2009  
0,917 £/€

**Precios del Seguro de Cambio**

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,918 £/€
	6 Meses	0,918 £/€
	12 Meses	0,920 £/€



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

A BALANZA DE PAGOS DE Julio corroboró la ralentización de la caída del Sector en sus dos vertientes. En efecto, en el receptivo los ingresos se redujeron en dicho mes un 8,3% con respecto al mismo del año pasado, mientras que en el acumulado la baja fue del 10,2%. Por otro lado, en el Emisor, con cifras algo peores, la caída interanual de julio

fue del 10,5% mientras que la de los siete meses se elevaba al 15,1%. La conclusión es que el Turismo está aguantando la crisis algo mejor que otros sectores, incluso desde el punto de vista del Emisor, aunque serán necesarios los datos de agosto e incluso septiembre, para poder tener una visión global significativa de la marcha del ejercicio, aunque no se esperan grandes variaciones.

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	69,42	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,27
ALBANIA	Lek	134,25	DJIBOUTI	Franco	254,38	LIBANO	Libra	2.192,94	RUSIA	Rublo	44,03
ANGOLA	Kwanza	113,64	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,94	LIBERIA	Dólar	103,70	SALOMON	Dólar	11,72
ANT. NEERL.	Guilder	2,61	ECUADOR	Dólar	36.512,50	LIBIA	Dinar	1,77	SAMOA OCC.	Tala	3,70
ANTIGUA	Caribe	3,94	EEUU	Dólar	1,46	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,94
ARABIA SAUDI	Rial	5,48	EGIPTO	Libra	8,01	MACAO	Pataca	11,66	SAN PEDRO-MIQ.	Euro	1,00
ARGELIA	Dinar	105,94	EL SALVADOR	Colón	12,78	MACEDONIA	Denar	61,55	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,94
ARGENTINA	Peso	5,62	ERITREA	Nakfa	21,91	MADAGASCAR	Ariary	2.955,33	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,94
ARMENIA	Dram	560,10	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	5,08	SAO TOME	Dobra	22.674,30
ARUBA	Florin	2,61	ETIOPIA	Birr	18,40	MALAWI	Kwacha	205,36	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,69	FIJI	Dólar Fiji	2,85	MALDIVAS	Rupia	18,69	SERBIA	Dinar	93,08
AZERBAIJAN	Manat	1,17	FILIPINAS	Peso	68,76	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	15,28
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,46	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,92	SIERRA LEONA	Leone	5.271,62
BAHRAIN	Dinar	0,55	GAMBIA	Dalasi	39,29	MARRUECOS	Dirham	11,34	SINGAPUR	Dólar	2,07
BANGLADESH	Taka	100,83	GEORGIA	Lari	2,44	MAURICIO	Rupia	44,84	SIRIA	Libra	67,18
BARBADOS	Dólar Barbados	2,92	GHANA	Cedi	2,12	MAURITANIA	Ouguiya	380,46	SOMALIA	Shilling	2.044,70
BELIZE	Dólar Belize	2,85	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,94	MEXICO	Peso	20,02	SRI LANKA	Rupia	167,67
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,46	MOLDAVIA	Leu	16,50	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,18
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,46	GUATEMALA	Quetzal	12,14	MONGOLIA	Tugrik	2.084,86	SUDAFRICA	Rand	11,18
BHUTAN	Ngultrum	69,72	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,39
BIELORRUSIA	Franco	4.047,05	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTserrat	Dólar	3,94	SUECIA	Corona	10,26
BOLIVIA	Boliviano	10,25	GUINEA ECUAT.	Franco	7.339,02	MOZAMBIQUE	Metical	42,21	SUIZA	Franco	1,51
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	296,47	MYANMAR	Kyat	9,36	SURINAM	Dólar	4,01
BOTSWANA	Pula	9,92	HAITI	Gourde	58,05	NAMIBIA	Rand	11,18	TAILANDIA	Baht	48,95
BRASIL	Real	2,61	HONDURAS	Lempira	27,60	NAURU	Dólar	1,69	TAIWAN	Dólar	47,15
BRUNEI	Dólar Brunei	2,07	HONG-KONG	Dólar	11,32	NEPAL	Rupia	111,56	TAJIKISTAN	Somoni	5,44
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	267,63	NICARAGUA	Gold	30,07	TANZANIA	Shilling	1.913,99
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	69,72	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.797,51	INDONESIA	Rupia	14.079,20	NIGERIA	Naira	213,45	TONGA	Pa'anga	2,77
CABO VERDE	Escudo	115,38	IRAN	Rial	14.462,60	NORUEGA	Corona	8,47	TRINIDAD	Dólar	9,28
CAMBOYA	Rial	6.068,38	IRAQ	Dinar	1.679,58	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,04	TUNEZ	Dinar	1,90
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,20	OMAN	Rial	0,56	TURKMENISTAN	Manat	20.761,00
CANADA	Dólar Canada	1,58	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,46	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,46
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,46	PAKISTAN	Rupia	121,54	TURQUIA	Lira	2,18
CHILE	Peso	815,69	ISLANDIA	Corona	182,53	PANAMA	Balboa	1,46	TUVALU	Dólar Australiano	0,59
CHINA	Yuan (o)	9,97	ISRAEL	Shekel	5,51	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,92	U.E.A.	Dirham	5,36
COLOMBIA	Peso	2.796,71	JAMAICA	Dólar	129,36	PARAGUAY	Guaraní	7.178,37	UCRANIA	Karbovanets	12,39
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	130,31	PERU	Nuevo Sol	4,21	UGANDA	Shilling	2.818,77
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	1,03	POLONIA	Zloty	4,23	URUGUAY	Peso	31,18
CONGO (R.D.)	Franco	1.266,89	KAZAKHSTAN	Tenge	220,54	PUERTO RICO	Dólar USA	1,46	UZBEKISTAN	Sum	2.189,29
COREA NORTE	Won	208,93	KENYA	Shilling	110,56	QATAR	Rial	5,32	VANUATU	Vatu	143,41
COREA SUR	Won	1.720,91	KIRGUISISTAN	Som	63,90	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	3,13
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,69	R. DOMINICANA	Peso	52,63	VIETNAM	Dong	26.053,90
COSTA RICA	Colón	856,93	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,42	REINO UNIDO	Libra	0,92	YEMEN	Rial	299,49
CROACIA	Kuna	7,26	LAOS	Kip Pot Po	12.380,70	REP. CHECA	Corona	25,40	ZAMBIA	Kwacha	6.908,17
CUBA	Peso Cubano (o)	1,46	LESOTHO	Maluti	11,18	RUANDA	Franco	830,95	ZIMBABUE	Dólar	528,56

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-Julio 2009	21.165 M €	-10,2% (anual)	Caída sostenida
Pagos por turismo	Enero-Julio 2009	6.630 M €	-15,1% (anual)	Mejor julio que meses anteriores
Entrada de turistas	Enero-Agosto 2009	36.935.178	-9,9% (interanual)	Se modera la caída
IPC (Hostelería y Turismo)	Agosto 2009	113,931	+1,0% (interanual)	Por encima del general

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

# Booking

## NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING  
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

☎ 91 369 41 00  
☎ 91 369 18 39

### Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Valencia, 231 1ª BARCELONA	☎ 93-4827108 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, 22 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 Corts Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ª B 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 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H. MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Triás 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 91-4568686
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ª C 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 San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-320396
POLITOURS Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Mahón 6-8, Parque Las Rozas 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	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
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 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ª C BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp.ta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4ª	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreático BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	☎ 902-105205 Fax 902-105200

### Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
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 CASTELLON	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE, Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

### Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, cc. Américas P2L26 ARONA (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
HOSPESERIAS REALES Frailé, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 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 HOTELES Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
UTELL	☎ 91-5949494/902-454647

Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1ª Fax 91-5949482

### Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7ª	☎ 93-3429990 Fax 93-3429991
GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1ª OVIEDO	☎ 902-300202 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 GARCÍA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	☎ 91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ª C MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1ª D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manóteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

### Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	☎ 91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN 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 Lluyt Air Marketing, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
INTER-FLIGHTS Los Arfe, 66 MADRID	☎ 91-5590443-44 Fax 91-5590520
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
SPANAIR Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA	☎ 902-131415-971-745020 Fax 971-492553
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 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 Triás 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 TRASMEDITERRANEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncruceos.com	☎ 91-7896400 Fax 91-3107215

### Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
--	--------------------------------

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

**¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?**

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

En **Mesinero-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**

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

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

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

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

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

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

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Tel.: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745  
E-mails: [fetsalain@yahoo.com](mailto:fetsalain@yahoo.com), [alainf\\_3@hotmail.com](mailto:alainf_3@hotmail.com)

**Coste a compartir asignado a sus prescripciones**

☎ 91 369 41 00  
☎ 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING  
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

# NEXOTUR

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

## Agencias y hoteles buscan profesionales con experiencia e idiomas

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.

■ **Dream Fly.** Agencia de viajes mayorista. Barcelona. Se precisa comercial para realizar visitas comerciales de producto a agencias de viajes minoristas. Requisitos: buena presencia, carnet de conducir B1, vehículo propio y disponibilidad para viajar. C.V.: mcarballeira@dreamfly.es.

■ **Viagea.** Agencia de viajes. Madrid. Puesto de agente de viajes en Moncloa. Requisitos: conocimientos de inglés, tanto hablado como escrito, Amadeus, Renfe, experiencia en atención telefónica a empresas. C.V.: info@viagea.eu.

■ **Apartosuite Jardines de Sabatini.** Hotel. Madrid. Apartahotel con 56 apartamentos necesita a una persona diplomada en hostelería o Turismo, con inglés y francés y experiencia mínima de un año en recepción, preferiblemente con programa de gestión Millenium. C.V.: recepcion@apartamentosprincipepio.com.

■ **Viajes Fontao Travel.** Agencia de Viajes. A Coruña. Se necesita agente de viajes para oficina minorista en Ribeira. Incorporación inmediata. Nociones de Savia y Amadeus, actitud positiva, inglés, residencia en la zona y titulación específica. C.V.: javierfontao@unida.com.

■ **American Airlines.** Compañía aérea. Responsable de la cuenta de resultados de las

agencias, turoperadores y grupos de incentivos, con un equipo de dos personas a su cargo. Requisitos: inglés alto, experiencia previa en agencia de viajes o línea aérea y dotes de negociación. C.V.: otero@aa.com.

■ **Mapa Tours.** Agencia de viajes. Madrid. Agente de viajes. Requisitos: experiencia de dos años en puesto similar, inglés hablado y escrito y alto conocimiento de Amadeus. C.V.: recursoshumanos@mapatours.com.

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

■ **Travel Loop.** Soluciones informáticas. Madrid. Comerciales con conocimientos en agencias para el lanzamiento de una plataforma. Conocimiento de la operativa de agencia e Internet. C.V.: nalberca@travellloop.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 públi-

co, manejando cotizaciones para viajes. Requisitos: Galileo y Amadeus, dos años de experiencia e inglés para comunicación con correspondientes. C.V.: rrrh@explora-accion.com.

■ **Reservar y Viajar.** Agencia. Madrid. Puesto de colaboración desde casa. Ingresos en función de las ventas. 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.

■ **IA Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes en continua expansión nacional precisa incorporar agentes de ventas con conocimientos de sistemas de reservas y capacidad de comunicación. Requisitos: imprescindible dominio de Amadeus y Sire. C.V.: maribel.espana@iaviajes.com.

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

## Agentes de viajes

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

■ **Agente de viajes.** 37 años. Cadiz. mariano136@live.com. ☎ 689 87 96 74.

■ **Agente de viajes.** 28 años. Gijón. cristina herrera\_81@hotmail.com. ☎ 652 67 21 20.

■ **Agente de viajes.** 45 años. Madrid. luis8882@hotmail.com. ☎ 606 65 62 22.

■ **Agente de viajes.** 23 años. Málaga. idaliepradel@gmail.com. ☎ 647 10 80 39.

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

■ **Agente de viajes.** 25 años. Zaragoza. diserrano@gmail.com. ☎ 619 52 70 00.

■ **Agente de viajes.** 39 años. Madrid. javier travel1969@hotmail.com. ☎ 653 87 47 38.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. leyre.ortiz@hotmail.com. ☎ 661 31 51 99.

■ **Agencia de viajes.** 27 años. Granada. reyserranoaguilera@hotmail.com.

■ **Recepcionista.** 25 años. Madrid. davinia\_mut@hotmail.com. ☎ 699 55 28 27.

■ **Comercial.** 45 años. Madrid. eltom09@hotmail.com. ☎ 626 29 29 88.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Turismo de Golf

↑ La mayorista Hole in One presenta un amplio conjunto de productos turísticos basados exclusivamente en los viajes de golf. **Informa** sobre sus programas y permite confeccionar presupuestos, pero no dispone de funcionalidad para las agencias.

⇒ Resulta una **web** de **utilidad** para clientes interesados en el golf.

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



<http://www.holeinone.es>

## Hoteles en Europa

↑ La página de Louvre Hotels presenta, con una sencilla estructura, la **información** y la posibilidad de gestionar reservas en sus hoteles en Europa, válida para las agencias de viajes, pero con una información limitada de los hoteles y en qué ciudades están.

⇒ Sería más **útil** si mejorara la información y la ofrece en castellano.

↑ Ofrece a las agencias una completa gestión de **reservas**.



<http://www.louvrehotels.com>

## Vuelos en Iberoamérica

↑ La compañía aérea brasileña Gol presenta en su 'sitio' **web** **información** y la gestión de reservas, válida para las agencias de viajes, de sus vuelos entre destinos iberoamericanos, así como una amplia oferta de hoteles y alquiler de coches en todo el mundo.

⇒ Su **utilidad** está limitada a vuelos entre destinos iberoamericanos.

↑ Su gestión de **reservas** es válida para clientes y agencias.



<http://www.voegol.com>

## 'Rent a car' mediterráneo

↑ El 'sitio' de AurigaCrown en Internet ofrece, con un correcto diseño pero únicamente al cliente final, **información** sobre la empresa y sus servicios de alquiler de una amplia gama de vehículos, así como la posibilidad de gestionar **online** sus reservas.

↑ Por su estructura es una página de **utilidad** para el cliente final.

↓ No ofrece su gestión de **reservas** a los profesionales de Turismo.



<http://www.aurigacrown.com>

## Turismo en Escocia

⇒ La versión en castellano de la **web** oficial de Turismo de Escocia ofrece **información** sobre proveedores de servicios y la posibilidad de reservar alojamientos, pero sólo incluye una parte de la información que existe en la versión original.

⇒ Es más **útil** al cliente por su gestión de reservas que por su información.

↓ No permite **reservar** a las agencias de viajes.



<http://www.visitscotland.com>

## Reservas en Menorca

↑ La Asociación Hotelera de Menorca presenta un nuevo 'sitio' **web** en el que, además de **informar** sobre cualquier tema de interés turístico en la isla, ofrece al cliente final un completo sistema de reservas de alojamiento, vuelos, barcos, coches y traslados.

↑ Se trata de una página bien diseñada para ser **útil** al viajero.

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



<http://www.visitmenorca.com>

**LEGISLACIÓN****Resoluciones****Mérito turístico**

✓ Resolución de 2 de septiembre 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 Traveliere Bidaiak.

✓ Resolución de 1 de septiembre de 2009, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el convenio de colaboración, entre el Instituto de Turismo de España (TurEspaña) y la Consejería de Cultura, Turismo y Artesanía de Castilla-La Mancha, en materia de calidad turística.

✓ Decreto 139/2009, de 22 de septiembre de 2009, de la Consejería de Cultura, Turismo y Artesanía, por el que se otorga la medalla al mérito turístico a Manuel Leguineche Bollar.

✓ Decreto 140/2009, de 22 de septiembre de 2009, de la Consejería de Cultura, Turismo y Artesanía, por el que se otorga la placa al mérito turístico de Castilla-La Mancha a la entidad para el desarrollo sostenible de la Serranía de Cuenca.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

**CURSOS****TurEspaña acoge a 11 becados****TurEspaña y el Gobierno balear otorgan 11 becas formativas**

El Instituto de Turismo de España (TurEspaña) y la Consejería de Trabajo y Formación del Gobierno de Baleares otorgan 11 becas formativas en diferentes países europeos. Con esta iniciativa se pretende dar una formación en materia turística a licenciados y, a su vez, mantener un contacto directo con los principales mercados emisores de Turismo de Europa hacia Baleares. La Consejería pretende, de esta manera, reforzar la inversión en capital humano en un sector estratégico para la Comunidad como es el Turismo.

Los becados trabajarán en las oficinas de TurEspaña de las ciudades de Frankfurt, Copenhague, Helsinki, París, Oslo, La Haya, Londres, Estocolmo, Viena, Lisboa y Dublín. Los beneficiarios son nueve mujeres y dos hombres; diez son residentes en Mallorca y uno en Ibiza; cuatro son diplomados en Turismo, una licenciada en Administración y Dirección de empresas, un licenciado



Antonio Bernabé

en Historia, una licenciada en Periodismo, una licenciada en Ciencias Sociales, un licenciado en Sociología, una licenciada en Ciencias y una licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas.

La duración de las becas oscila entre los nueve y 12 meses y los becarios serán remunerados con una cuantía de 1.000 euros mensuales. La iniciativa permitirá a los becarios recibir una formación en materia de promoción turística y de productos españoles y de Baleares en los mercados europeos. Asimismo, entre las asignaciones de los becarios se incluye la colaboración en la realización de actividades generales de apoyo a la comercialización y especialmente las que han sido propuestas a iniciativa de Baleares dentro del Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del Turismo del año en curso, la realización de estudios de análisis sobre el comportamiento de los agentes del mercado turístico y las funciones normales del Instituto de Turismo.

**LIBROS****Cuenca muestra su oferta hotelera****Guía en formato CD con los hoteles de Cuenca**

La Fundación Turismo de Cuenca ha editado una guía de alojamientos turísticos en formato CD ante la "importante demanda de este tipo de información". Se trata de una edición que, según este organismo, recoge las diferentes infraestructuras hoteleras con las que cuenta la provincia de Cuenca a día de hoy.

Este soporte digital contiene, además de una "precisa y detallada información" sobre los servicios de los diferentes establecimientos hoteleros, imágenes y accesos directos a los correos electrónicos y páginas web de los establecimientos de la provincia, tal y como ha señalado la Fundación Turismo de Cuenca. Además, el organismo conqense ha subrayado que desde la creación de la fundación como entidad gestora del Turismo de toda la provincia de Cuenca, se ha generalizado el "uso de los nuevos soportes tecnológicos como medio de promoción del destino".

**CALENDARIO****Ferias en octubre y noviembre**

● Del 5 al 6 de noviembre de 2009, BTC International. Feria Internacional de Organización de Eventos, Ferias y Congresos, Roma, Italia. BTC International es uno de los encuentros turísticos más importantes de Europa. Gracias a su experiencia, es considerada un punto de referencia para toda la industria turística. Para más información acceder a la página web [www.btc.it](http://www.btc.it).

● El 15 de octubre de 2009, Feria de Turismo de Uruguay, Encotur, Radisson Montevideo Victoria Plaza Hotel, Montevideo, Uruguay. Para más información acceder a la página web <http://www.encotur.com/encotur09/>.

● Del 9 al 12 de octubre de 2009, Aratur, Salón del Turismo en Aragón, Feria de Zaragoza. El Turismo y la naturaleza volverán a ser los protagonistas de Aratur. Para más información acceder a la página web [www.aratur.es](http://www.aratur.es).

● Del 16 al 17 de octubre de 2009, TTI, Travel Trade Italia, Rimini, Italia. Para más información sobre la feria de Rimini acceder a la página web [www.ttiworkshop.it](http://www.ttiworkshop.it).

# Especialistas en Agencias de Viajes

## Asesoría Turística

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

## Subvenciones

## Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1º  
28004 Madrid

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

## SUBEN

### ▲ Jesús Juárez



Jesús Juárez López de Coca ha sido nombrado director Comercial de Halcón Viajes-Ecuador, del Grupo Globalia. Juárez se incorpora con la misión de desarrollar nuevas políticas comerciales y consolidar la presencia de Halcón en nuevos mercados.

### ▲ Mirko Behnert



Venere ha designado a Mirko Behnert director de los departamentos de Marketing, Análisis y Desarrollo Corporativo. Behnert será el responsable de la estrategia de marketing de la compañía y estará a cargo de dirigir la estrategia de desarrollo a nivel global.

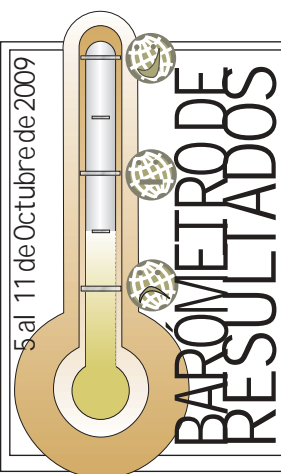
### ▲ Stefan Dapper



Ambassador Tours y Royal Vacaciones han nombrado a Stefan Dapper director general de ambas marcas. Dapper posee una larga trayectoria dentro del Grupo TUI, donde ha desempeñado cargos de responsabilidad en diferentes turoperadores y divisiones.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves .....	2
Protagonista / Abelardo Carrillo .....	3
Entrevista / Víctor Bañares .....	4
Escaparate .....	6-13
Mostrador .....	15-19
Club .....	21
Hotelería .....	23-25
Evaluatnet .....	26-27
Indicadores .....	28
Booking .....	29
Ofertas de empleo .....	30
Agenda .....	31



## LA SEMANA

### Lejana esperanza al final del túnel

Sin que se detecte un aumento de actividad que permita hablar de un cambio de tendencia, sí se aprecia en los últimos días un ánimo algo menos pesimista, a pesar de todo. Y esto viene sustentado en algunos datos, como la moderación de una caída reflejada en la balanza de pagos de julio, o la constatación, en Canarias, de que para la temporada invernal las compañías aéreas están solicitando más slots, lo que permite esperar razonablemente un mayor movimiento. Estos indicios tan débiles se ven contrarrestados por la pérdida de confianza del consumidor, atemorizado por los niveles de paro y las amenazas de subidas de impuestos, pero algo es, aunque sea a largo plazo.



Por primera vez desde 1996, la llegada de turistas internacionales experimenta un retroceso en 2008. La crisis económica, observable a partir del segundo semestre, provoca que el destino España reciba en el cómputo global del año un 2,3% menos de turistas respecto a 2007. Si bien está contracción contrasta con el crecimiento del 7,4% de la actividad turística interna, según el Balance de Turismo 2008, elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET).

En el primer semestre del año, la afluencia de turistas internacionales registra una evolución favorable del 3% respecto a 2007, crecimiento superior al experimentado en el mismo periodo de 2007. Esta tendencia se quiebra en la segunda mitad del año, periodo en el que la entrada de turistas cae un 6,5%, en línea con lo ocurrido en la región europea o en Asia y Pacífico —con variaciones negativas del 2,5% y 2,8%, respectivamente—. Todo lo contrario sucede con la actividad turística de los residentes, que se caracteriza por su dinamismo en el primer semestre del año, creciendo un 13,3%, logrando así compensar el declive de los viajes de vacaciones de verano y de los meses de septiembre y octubre, en los que se registran variaciones negativas.

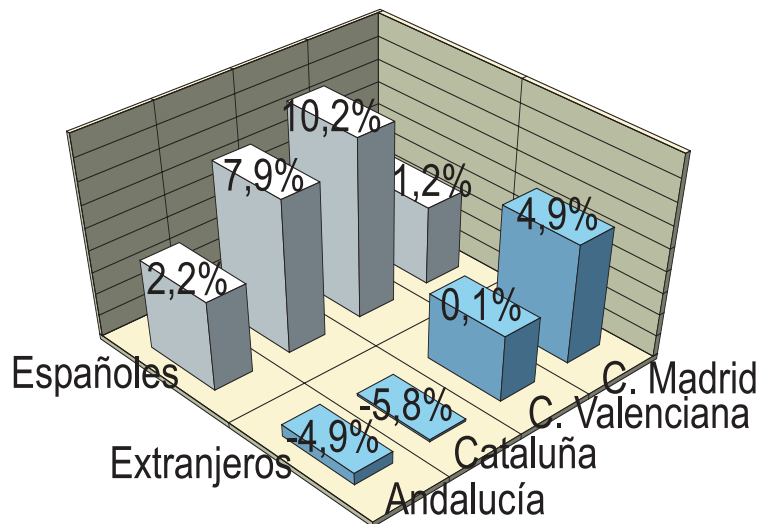
### Menos viajes organizados

Profundizando en el Turismo internacional, cabe destacar que las mayores caídas de turistas se han producido entre los que optan por la contratación de un 'paquete' turístico —con un descenso del 4,5%—

## COYUNTURA Balance de Turismo 2008

En suma, 2008 ha sido un año marcado por los efectos de la crisis financiera internacional, apreciable especialmente en el segundo trimestre. Si bien, frente al descenso del número de turistas internacionales —un 2,3% menos que en el ejercicio precedente—, la actividad turística interior ha experimentado un considerable incremento del 7,4%, siendo las Comunidades autónomas de interior las principales beneficiadas.

### Evolución Comunidades de destino



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

y entre los que utilizan como vía de acceso la carretera, un 11,5% menos, atribuible en buena medida al descenso del número de turistas franceses con destino Cataluña. La estancia media de los visitantes extranjeros aumenta un 2,9% y el gasto turístico alcanza cifras similares a las

de 2007, rozando los 51 millones de euros. Con la excepción del mercado alemán y holandés, que se mantienen estables, y el conjunto de países nórdicos, que aumentan en un 4,6%, los principales mercados emisores —Reino Unido, Francia e Italia— muestran una evolución nega-

tiva. Especialmente acusada ha sido la retracción del mercado francés, que concluye el año con un 9% menos de turistas emitidos, lo que influye negativamente en Cataluña.

De los 168,8 millones de viajes realizados por los españoles en 2008, el 93,3% son a destinos nacionales, experimentando así un incremento del 7,4%. Sin embargo, en 2008 se produce un descenso del 2,6% del número de viajes de vacaciones de verano. En consonancia con el auge de los desplazamientos de corta duración, la estancia media se reduce un 4,5%.

En 2008, Cataluña y Andalucía continúan siendo las principales Comunidades receptoras de turistas, con 37 y 36 millones respectivamente. En lo que respecta a los desplazamientos de los españoles, destaca el espectacular crecimiento experimentado por Navarra, Aragón y Castilla-La Mancha, con variaciones positivas del 48,3%, 35,5% y 17,1%, respectivamente. Solamente Cantabria y Galicia no alcanzan las cifras de ejercicio precedente. Todo lo contrario ocurre con el Turismo internacional. La gran mayoría de Comunidades reciben en 2008 menos visitantes foráneos.

En términos de empleo, en las ramas características el Turismo la cifra media anual de ocupados —2,6 millones de personas— crece un 1,8%, en contraste con lo ocurrido en la economía general. Esta situación de relativa resistencia del empleo se mantiene incluso en el último trimestre del año. En cuanto a los precios, la variación anual de la rúbrica de Turismo y viajes del IPC registra valores similares al IPC general.

Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email