



GONZALO PASCUAL

Apoyo a Air Comet

PÁG. 10 / Marsans pide que no haya discriminación financiera desde la banca



JOSÉ ELADIO TOBIO

Menos emisiones

PÁG. 6 / Renfe recortará en dos millones de toneladas, un 57%, sus emisiones de CO₂ en 2020



JOSÉ MANUEL MACIÑEIRAS

Mercado interior

PÁG. 3 / AEDAVE apoya el Turismo doméstico celebrando su Congreso en Canarias



DAVID HERNÁNDEZ

Resultados históricos

PÁG. 12 / Europea espera que, aunque no crezcan mucho, la rentabilidad sea 'espectacular'



PEDRO IRIONDO

Fomento de Mallorca

PÁG. 8 / Fomento del Turismo de Mallorca celebra elecciones con una candidatura conjunta

Canarias mantendrá el aval a las agencias

Liberalizar no exime de cumplir con la legislación

Antes del 29 de diciembre la trasposición de la Directiva Bolkestein debe ser efectiva. Las Comunidades autónomas parecen ir perfilando un modelo común en el que prevalece el aval para la agencia, aunque desaparezca el título-licencia.



Moncef Ben Dhahbi, de Tunisair.

Potenciar el Turismo 'de desierto' a Túnez

Tunisair quiere impulsar uno de los turismos predilectos de los españoles, el de desierto, con la nueva ruta Madrid-Tozeur. **Pág. 4**

Caen casi un 9% los ingresos por Turismo

Los ingresos derivados del Turismo disminuyen un 8,7% en agosto y los pagos un 12%, según la Balanza de Pagos. **Pág. 6**

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

Como explica la viceconsejera de Turismo del Gobierno de Canarias, María del Carmen Hernández, "que se liberalice la apertura de una agencia no exime de cumplir con la legislación". Así, al igual que la Comunidad de Madrid, la de Canarias confirma que "se mantendrán los avales para los intermediarios turísticos". "Con la Directiva Bolkestein sólo se persigue "agilizar las gestiones administrativas", concluye Hernández.

Escapate en **pág. 6**



El 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo ha reunido a un centenar de participantes.

Éxito de Futuralia 2009. El Hotel Eurostars Madrid Tower ha acogido el Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo, donde el Sector han analizado las consecuencias del cambio climático en el Turismo, abogando por una menor dependencia de la climatología. Informe en **págs. 15 a 18**



Los copresidentes de CIMET imponen al Rey de España la insignia de platino y brillantes como Prócer del Turismo Español en Iberoamérica, en 2008.

El Rey, presidente de honor de CIMET

Juan Carlos I ha aceptado, un año más, la Presidencia de Honor de CIMET 2010, que tendrá lugar en IFEMA el 19 de enero, víspera de Fitur.

Comienzan los Salones TurNexo con las novedades para invierno

Ya han comenzado los Salones TurNexo en sus ediciones de invierno. Si el pasado jueves 5 de noviembre daba el



pistoleto de salida el Salón TurNexo Madrid, el próximo 12 de noviembre la cita entre agentes de viajes y proveedores será en el Salón TurNexo Catalunya. Un año más, el Hotel Eurostars Grand Marina es

el marco elegido para que los principales proveedores del Sector presenten sus novedades a los agentes de viajes.

A él acuden expositores como Renfe, Iberia, Bancotel, Paradores, Turismo de Ronda, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Intermundial, Travelcube o Grupo Airmet. Escapate en **pág. 9**

AIRFRANCE

NUEVA CLASE PREMIUM VOYAGEUR: una categoría intermedia entre las clases Affaires y Voyageur, 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

■ CLAVES

Estoril: Turismo en 'green'

EN UNA COYUNTURA económica nada favorable para los viajes —ni de ocio, ni de negocio—, desde Turismo de

Estoril hemos comprobado que el golf sigue siendo una oportunidad en el Sector. En nuestro caso, 100.000 aficionados nos visitan cada temporada, sobre todo desde marzo a octubre.

Algunos proceden de mercados nuevos como los países del Este o Nórdicos (sobre todo Finlandia que ha aumentado el número de viajeros hasta casi 2.000 en 2008). Un gran número de ellos llega desde España,



☞ SANDRA BRAZ

principalmente desde Madrid y Castilla León.

Los jugadores de golf, tradicionalmente hombres, no renuncian a sus competiciones más o menos amistosas; mientras que sus esposas, las llamadas 'viudas del golf', se les unen cada vez con más entusiasmo en el *green* del campo de golf o disfrutan la creciente oferta anexa de ocio, salud y belleza que existe.

A apenas 20 minutos en coche de Lisboa, y a un paso del aeropuerto internacional, en la región de Estoril, Sintra y Cascais contamos con un área idónea para la práctica de este deporte: un espacio de 20 por 40 kilómetros en la línea de costa que abarca desde el estuario del Tajo hasta Ericeira. Nos beneficiamos, además, de un clima suave todo el año y de la belleza del entorno. Sintra es Patrimonio de la Humanidad según la Unesco.

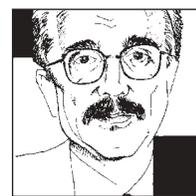
Sabemos que la veteranía no basta y que es necesario crear productos nuevos que continúen atrayendo a los golfistas. En nuestros siete campos (Belas, Golf do Estoril, Lisbon Sports Club, Oitavos, Penha Longa Atlantic, Pestana Beloura y Quinta da Marinha) hemos albergado competiciones importantes como el Ladies Open o el Open de Portugal, colaboramos con la revista GolfPayer en su circuito internacional y hemos desarrollado promociones como el Pasaporte Golf. Además, estamos presentes en algunas de las principales ferias internacionales y albergamos eventos como la Semana Internacional de Golf.

Todo, porque nos consta que es crucial promocionar un destino que combina la tradición con el brío de un destino en plena ebullición.

☞ Sandra Braz es directora Ejecutiva de Estoril & Sintra Golf Bureaus

E'La ética comercial es la forma de actuación basada en el respeto entre el proveedor y el distribuidor e incluso, entre competidores del mismo segmento de ventas, tomando, como pauta de actuación, los usos y costumbres del mercado', explica el expresidente de Agrupa en el Congreso de FEA AV

TRIBUNA



☞ AGUSTÍN LAMANA

Influencia negativa de las campañas de descuento (I)

ES PARA MI UN PLACER y un honor, participar en estas jornadas técnicas organizadas por la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), en esta singular y maravillosa localidad de Jerez de la Frontera, formando parte del XXIV Congreso de dicha Federación.

El tema que nos ocupa, es la influencia negativa en las agencias de viajes y en los consumidores de las recientes campañas de descuentos. A modo de introducción y antes de pasar a los puntos que considero más importantes dentro de esta ponencia, quisiera hablaros de lo que es ética comercial. Para ello voy a basarme en cuatro apartados diferentes, como son la definición de lo que es ética, respeto, aplicación y su objetivo.

La palabra ética, proviene del griego *ethos*, cuyo significado es "costumbre". Todos hemos oído en numerosas ocasiones decir que "la costumbre se hace Ley", pues bien, la ética, cuyo significado es "costumbre" se hace Ley a través de la misma y tiene como objeto de estudio "la acción humana" en la valoración referente a la moral y desde ese punto de vista, se define la forma en que se debe actuar.

Una de las partes más importantes de la ética es el respeto y, concretamente, en lo que se refiere a la ética comercial.

La ética comercial es la forma de actuación basada en el respeto entre el proveedor y el distribuidor e incluso, entre competidores del mismo segmento de ventas, tomando, como pauta de actuación, los usos y costumbres del mercado.

Pero, ¿cómo de debe aplicar la ética? La aplicación de la ética, en su sentido más profundo, conlleva al sometimiento universal de normas de conducta basadas en el bien o lo que es considerado correcto, como por ejemplo, la imparcialidad en un juez o el valor en un guerrero. El objetivo de la ética, es la normalización de los diferentes mercados, tanto frente al consumidor como a los diferentes cauces de la intermediación y de la distribución.

Avalancha de descrédito

Tras esta breve introducción, en la que he querido dejar claro el concepto de lo que es y representa la ética, creo que ha llegado el momen-

to de decir basta, pero con mayúsculas, ante toda esa avalancha de descrédito que está sufriendo nuestro Sector, como consecuencia de actuaciones y 'guerras' que nos vienen castigando desde hace algún tiempo y empezar a plantearnos cuá-

tinúan prestando un especial interés para vender sus productos y así ponerlos a disposición de los clientes que visitan sus agencias, respetando unas "reglas de juego" basadas en la ética comercial. Sin embargo, en los últimos años, se

Me explico. A pesar de entender y comprender que se puedan dar mejores condiciones a los que más venden, como una razonable forma de fidelización, premiando a aquellas que tienen un mayor volumen o una estrecha y extraordinaria colaboración con el proveedor en cuestión, no parece, sin embargo, razonable aplicar esas políticas comerciales excluyentes.

Pero, ¿qué entiendo como política comercial excluyente? Pues es bien sencillo. Una política comercial excluyente, es aquella que no permite vender su producto a parte del canal de distribución, como, por ejemplo, a una gran parte de agencias de viajes, que no pueden ofrecer a sus clientes, el mismo precio por el mismo producto.

Si soy un mayorista y quiero vender a través de todas las agencias de viajes, ¿por qué ofrezco sólo a unas cuantas una oferta especial para llenar mis riesgos?

Creo que lo veremos mucho mejor con algún ejemplo en concreto. En este año del Señor, de 2009, nos hemos encontrado con que algunas compañías de cruceros, ofrecían, a través de algunas de las agencias denominadas 'grandes', precios de oferta que, ni restando toda la comisión de una agencia de viajes colaboradora de ellos mismos, con contratos de colaboración especial, etc., podían alcanzar el precio que tenían esas grandes.

¿Quién puede vender a 790 euros el mismo producto, de la misma compañía de cruceros, en la misma fecha, en la misma cubierta y número de camarote y con los mismos servicios, si en la

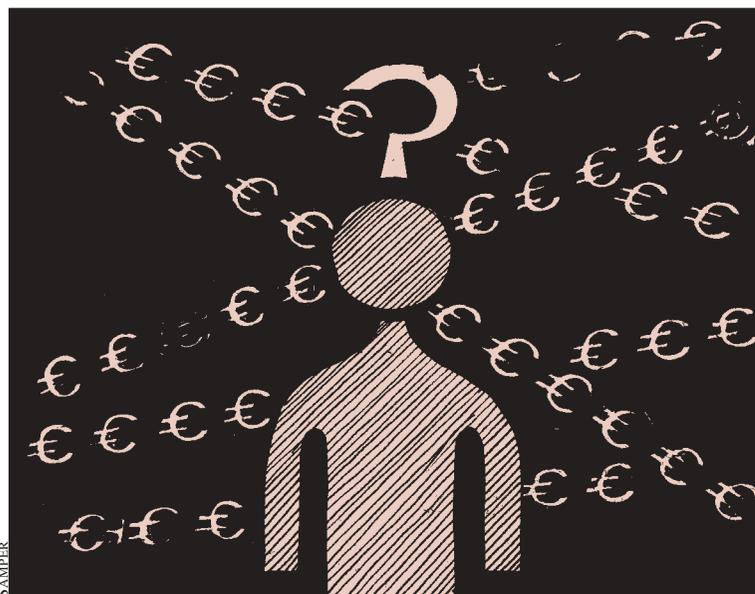
grande de al lado lo ofrecen a 420 euros? ¿790 o 420? Esta claro ¿no?

De acuerdo, esas agencias denominadas grandes han realizado una espectacular difusión entre los distintos medios de comunicación, apoyados, económicamente, por la propia compañía de cruceros,

¿Pero eso supone que no se le pueda ofrecer la misma oferta a las restantes agencias de viajes, como las que se ofrece a esas privilegiadas en concreto?

Además, habría que tener en cuenta que si los grandes tienen mejores condiciones, seguro que ganaríais más al vendérselo a las pequeñas o medianas.

☞ Agustín Lamana es ex presidente de la Asociación de Grupos Comerciales (Agrupa). Ponencia en el XXIV Congreso de FEA AV.



les son los objetivos reales que tenemos, y cómo podemos hacer para que se imponga la ética a la sin razón y el respeto a los abusos sobre lo que consideramos ético o no.

Guerra de precios

Entrando ya en materia, empezaremos por hablar de las guerras de los precios. Dentro de un mercado libre, los precios igualmente son libres. Ha llegado el momento en que los grandes se han enzarzado en una cruenta guerra

de precios, que ha arrastrado a los pequeños, en las que confundimos al consumidor, confundimos a nuestros vendedores y confundimos, en definitiva, a lo que es lo más importante, el mercado.

¿Por qué digo esto? Pues digo esto, porque el sistema de venta al que estábamos acostumbrados, desde hace ya muchísimos años, se basó siempre en un gran respeto entre los productores de viajes, también llamados mayoristas o turoperadores, y los vendedores de viajes llamados agentes de viajes.

Bien, pues a los productores, a los turoperadores, a los mayoristas, a los transportistas, a los *rent a car*, a las compañías de seguros, a los hoteleros, etc., todos los agentes de viajes les han prestado y con-

ha empezado a comercializar, saltándose esas reglas de juego. Justificándose en el fin de alcanzar los mayores objetivos posibles, algunos turoperadores, como varias agencias verticales, han iniciado un camino que, de no poner remedio, se convertirá en un camino sin retorno, que perjudica, sensiblemente, a todo nuestro Sector.

Pero de soluciones, hablaremos más adelante. No resulta lógico, ni ético, que grandes proveedores a los que estamos vendiendo y sosteniendo, lleven a cabo acciones comerciales, que dejen al margen a todo aquel que no pertenece a su propia red comercial.

Tampoco es de recibo que, otros proveedores que no tienen red de distribución propia (como ejemplo las compañías de cruceros), entren con algunas agencias de viajes de las denominadas 'grandes', en políticas de precios excluyentes para el resto de las agencias de viajes.

No todo vale

Y esto nos lleva a pensar en el "todo vale". Pues no. No todo vale. Voy a permitirme la licencia de calificar este tipo de actuaciones de poco inteligentes (comercialmente hablando) y, por supuesto, de poco éticas, claro está.

Ha llegado el momento de decir basta ante toda esa avalancha de descrédito que vive el Sector

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González

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

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

Cambio climático: del negacionismo al activismo

EXITO DE FUTURALIA 2009. Los efectos del cambio climático en el Turismo fueron objeto del más profundo análisis que sobre tan importante cuestión se haya realizado en España hasta la fecha. El marco de este singular debate fue el segundo Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España, de la Mesa del Turismo, celebrado bajo la presidencia de honor de S.A.R. el Príncipe de Asturias, y cuya organización técnica asume el Grupo NEXO.

Tras subrayar el compromiso de la Mesa del Turismo con la protección del medioambiente, el presidente del veterano grupo de opinión empresarial, Juan Andrés Melián, acompañado del presidente del Consejo de Turismo de la CEOE, Gonzalo Pascual, dio paso a la lectura de la ponencia inaugural. Elaborada a partir del estudio de situación realizado por el Grupo NEXO, el presidente del Comité Organizador de Futuralia, Eugenio de Quesada, constato que el negacionismo, instalado años atrás tanto en la clase política como en parte del empresariado, ha sido felizmente sustituido por una progresiva sensibilización y por el activismo sectorial.

La crudeza de los efectos del cambio climático en los destinos turísticos fue expuesta, con claridad y crudeza, por el director de sostenibilidad de la OMT, Luigi Cabrini. Y el desarrollo de la función prescriptora del agente de viajes hacia destinos vulnerables fue objeto de una excelente ponencia del vicepresidente de AEDAVE, Vicente Blasco. El caso Ronda, cuyo innovador Plan Marco de Turismo ha convertido este destino en una referencia en ciudades medias de interior, fue expuesto por su alcalde, Antonio

M^a Marín, quien al exponer las acciones desarrolladas, en curso y previstas, para hacer de Ronda un modelo de destino turístico sostenible, describió todo un manual de cómo debe acometerse un plan de sostenibilidad. Renfe Operadora mostró su especial sensibilidad en este

ámbito a través de su gerente de Calidad y Medio Ambiente, José Eladio Tobío.

Las necesidades de coberturas aseguradoras ante catástrofes naturales fue objeto de la interesantísima conferencia de David Hernández, consejero-delegado de Europea de Seguros, compañía líder de seguros de viaje en España, que constató el incremento de desastres naturales durante los últimos años.

Las reuniones sostenibles (de las que Futuralia es un buen ejemplo: programa,

identificación y material en papel reciclado, ausencia de plásticos, agua en jarras, climatización mínima, etc) fueron objeto de una reveladora aportación del director general de MCI, Óscar Cerezales, quien desveló las claves para atraer reuniones desde destinos y sedes sostenibles.

La situación de los diferentes modos de transporte en relación a la emisión de gases efecto invernadero (uno de los causantes del cambio climático) y la posición proactiva del empresariado, fueron la estrella del Foro gracias a la brillante ponencia-marco del presidente del Consejo de Transportes de CEOE, Lorenzo Chacón, ofreciendo la visión empresarial, que tuvo su réplica en la intervención de la secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Rivera, que dio la visión gubernamental. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia 2009, analizó los efectos del cambio climático en el Turismo, mostrando la creciente sensibilidad sectorial

▲ check-in / NACE AJETUR

Jóvenes Empresarios, en marcha

La nueva Asociación Española de Jóvenes Empresarios del Turismo (Ajetur), ya está en marcha. El Congreso de FEEAV, celebrado en Jerez, sirvió de marco para la presentación de este colectivo de jóvenes empresarios, que debe su definitivo impulso al activo presidente de la Federación, Rafael Gallego.

Jorge Mocada, presidente de Ajetur, presentó la nueva Asociación con un debate sobre la empresa familiar, que moderó Antonio Távora hijo, y en el que se pasó revista a las fortalezas y debilidades de las empresas turísticas que pasan a los herederos.

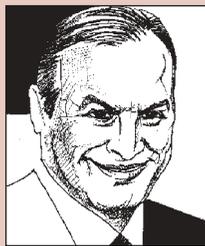
Ajetur constata que "es muy difícil que las agencias de viajes lleguen a la tercera generación", en línea con la problemática que en esta vital cuestión afecta al conjunto de la empresa familiar española.

Aunque también desde Ajetur se ponen de manifiesto las fortalezas de las empresas turísticas familiares: "las pymes familiares, al no estar apalancadas, ni depender tanto de la financiación externa, tienen una gran ventaja sobre el resto de las empresas".

No obstante, pese a la incuestionable importancia de la empresa familiar, es oportuno constatar que la mayoría de los jóvenes empresarios de las agencias de viajes (no así en hoteleros o transportistas) no son hijos de agentes ni constituyen segunda generación. Por tanto, combinar jóvenes emprendedores con nuevas generaciones de empresas familiares, sería la base idónea para una Asociación plenamente representativa. Para ello, bueno sería que Ajetur se aproximara a los Grupos comerciales de agentes independientes, en cuyas filas abundan los jóvenes emprendedores de primera generación.

★ personaje de la semana / Antonio M^a Marín

El alcalde de Ronda mostró en Futuralia 2009 porqué este gran destino andaluz se ha convertido en un auténtico referente, tanto en Andalucía como para el resto de España, entre las ciudades de tamaño medio y de interior.



La excepcional importancia de la sostenibilidad medioambiental en el Plan Marco del Destino Ronda hizo de la conferencia del alcalde de Ronda un completo manual de buenas prácticas y una guía práctica de destinos turísticos.

★ la chispa / Quique



▼ check-out / LIBERALIZACIÓN

¿Bolkestein: moderno Prometeo?

Como Frankenstein, la inquietante criatura creada por Mary Shelley, la Bolkestein se presenta como un "moderno Prometeo" para las agencias de viajes.

La primera Jornada técnica celebrada sobre la aplicación de la liberalización de servicios (que conlleva la trasposición a la legislación española de la Directiva Bolkestein), con la activa participación de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, tuvo lugar el 5 de noviembre en el Salón TurNexoMadrid. El seminario profesional ha permitido a las Asociaciones empresariales de esta Comunidad (AEDAVE-Madrid y UMAV) y a los Grupos comerciales de agencias independientes, debatir por vez primera con políticos y técnicos de la Administración turística, sobre el efecto Bolkestein.

El Sector muestra su posición ambivalente ante este moderno Prometeo en aspectos como la ausencia de autorización previa para abrir nuevas agencias, la desaparición de la exigencia de titulación para dirigir una agencia, las potenciales diferencias entre las diversas normativas autonómicas, la exención de avales ante la Administración turística y de seguros de responsabilidad civil ante el cliente final, la viabilidad de que agencias italianas o de otros países de la Unión Europea se establezcan en España (y viceversa) con sólo una comunicación, la nueva dificultad para canalizar las reclamaciones del consumidor, la potencial venta de servicios turísticos en cualquier establecimiento (y la venta de otros servicios en la agencia), etc.

En suma, como Frankenstein, esa criatura llamada Bolkestein inquieta al agente de viajes español.

Tunisair opera en 45 países y más de 100 aeropuertos internacionales / La media en vuelos regulares diarios es de 49 vuelos y más de 145 chárter a la semana / El principal mercado es el europeo que representa un 60% del total, seguido por el del norte de África y el de Oriente Medio, con un 10% cada uno / Tunisair espera que la ruta Madrid-Tozeur estimule la demanda

«Tunisair transporta dos de cada tres españoles que viajan a Túnez»

Moncef Ben Dhahbi / Director general de Tunisair para España y Portugal

El director general de Tunisair para España y Portugal, Moncef Ben Dhahbi, realiza para NEXOTUR un análisis del destino Túnez y el potencial del mercado español para la aerolínea que dirige.

P.- ¿Cómo está evolucionando el número de pasajeros de Tunisair?

R.- La coyuntura económica en España y el consiguiente descenso de la demanda turística han provocado que, si se mantiene esta tendencia, no puedan cumplirse las previsiones. El número de pasajeros transportados entre enero y agosto 2009 registró un descenso del 4%, respecto a 2008, con 105.000 viajeros. Por lo tanto, y según la tendencia actual y teniendo en cuenta el tráfico adicional que va a generar la nueva ruta Madrid-Tozeur, confiamos en que vamos a poder frenar el descenso registrado hasta ahora.

P.- ¿Cuántos países conecta la aerolínea en la actualidad?

R.- Tunisair opera actualmente en 45 países y más de 100 aeropuertos internacionales, con una media de 49 vuelos regulares diarios, y más de 145 chárter a la semana. En temporada alta, la compañía supera los 400 vuelos regulares.

P.- ¿Es España uno de sus principales mercados emisores?

R.- Pese al actual panorama, la realidad es que mantenemos nuestra cuota de mercado en España, que supera el 65% con un porcentaje de tráfico turístico de más del 70%, transportando dos de cada tres pasajeros que vuelan a Túnez.

Aún así, históricamente España era

el cuarto mercado para la compañía, pero en la actualidad el mercado español ocupa el sexto lugar con 153.000 pasajeros transportados, por debajo de Francia, Alemania, Italia, Bélgica y Suiza. Este cambio ha venido motivado por el aumento de turistas principalmente belgas y suizos, y la reducción de algunos puntos del tráfico de pasajeros desde España, debido a la actual coyuntura del país.

P.- ¿Cómo van a potenciar el mercado español?

R.- Pues, según apuntan las previsiones, los españoles optan cada vez más por destinos de corto alcance para sus vacaciones y escapadas. Por este motivo, Túnez se revela como una interesante opción por sus excelentes condiciones de exotismo, cercanía y excelente relación precio-calidad.

En un mercado donde la competencia es cada vez más ardua, tenemos primero que mantener todos nuestros servicios, continuar ofreciendo a bordo el *catering* gratuito y

conservar la excelente relación precio-calidad que ofrecemos al mercado. Además de continuar consolidando nuestra imagen de marca en la Península Ibérica y fomentando una política de tarifas promocionales muy agresivas, estamos ampliando nuestra base comercial con la contratación de nuevos turoperadores interesados en el destino.

P.- ¿Por qué ha creado Tunisair la ruta Madrid-Tozeur?

R.- La nueva ruta que va a unir Madrid con Tozeur, la capital del desierto, es una apuesta que responde a dos objetivos. Por un lado, se trata

de una estrategia a nivel nacional mediante la cual se quiere desarrollar el Turismo de desierto que tanto atractivo tiene para el viajero español. En efecto, los resultados turísticos revelan que el desierto tunecino es una de las principales motivaciones del viajero español a la hora de viajar a Túnez, ya que el 75% de los españoles contratan excursiones por esta región en su viaje. Asimismo, la zona del sur de Túnez cuenta con una excelente infraestructura hotelera que representa una capacidad de más de 7.000 camas repartidas en cerca de 55 hoteles. Además de las bazas turísticas de la región

y la diversidad de su paisaje, Tozeur y sus alrededores han sabido prepararse para satisfacer la demanda de los diferentes clientes y ofrecerles un sinfín de posibilidades: Turismo activo, Turismo joven, viajes de incentivos, *city break*, estancias



de relax y viajes de aventura, viajes de *team building*, etc.

Por otra parte, para Tunisair, esta nueva ruta es una alternativa más que ofrecemos al mercado en la temporada de invierno 2009-2010. Confiamos en que con esta ruta se estimule la demanda durante los próximos meses y desarrollar así la actividad de Tunisair en invierno, siendo el objetivo principal aumentar el tráfico hacia Túnez y mejorar la productividad de la compañía. Asimismo, el nuevo vuelo tiene en el segmento MICE otro *target* muy importante para Tunisair.

P.- ¿Cómo va a ser su operativa?

R.- Tenemos previsto operar dos vuelos semanales los jueves y los domingos, con salidas desde Madrid a las 19h05 y desde Tozeur a las 15h35, en Boeing 737-500 o 600 de 126 plazas en clase turista. La configuración de estas frecuencias ha sido especialmente diseñada pensando en *city breaks*, viajes de incentivos y como principio o final de etapa en los circuitos por el país. En principio, el objetivo de la nueva ruta de Madrid-Tozeur-Madrid es alcanzar los 7.000 pasajeros transportados durante la temporada.

Con la tendencia actual y el tráfico que generará la ruta Madrid-Tozeur, confiamos en frenar la caída

Tunisair quiere desarrollar el Turismo de desierto que tanto atrae al turista español

La ruta Madrid-Tozeur puede reavivar la demanda

Tunisair opera en España desde hace más de 30 años con vuelos directos desde Madrid y Barcelona a Túnez capital. En términos de vuelos regulares, supone un reparto de mercado de aproximadamente el 60% en la ruta Madrid-Túnez-Madrid y el 40% en la de Barcelona-Túnez-Barcelona.

Además, en temporada alta, operamos desde 14 aeropuertos españoles a través de la programación chárter.

La ruta de Madrid-Tozeur forma parte de nuestra expansión, diversificación de producto y búsqueda de nuevos nichos de

mercado. Por lo tanto es un perfecto complemento a nuestra programación y una importante apuesta para Túnez y la compañía. Consideramos que por las características de la ruta puede tener un gran éxito entre los viajeros españoles.



MONCEF BEN DHABHI

Dio comienzo el 5 de noviembre y está prevista en un principio hasta el 25 de marzo, aunque no se descarta que si la demanda así lo requiere se amplíe hasta abril o mayo 2010. Lo que está claro es que este vuelo se lanza en la temporada de invierno, la alta del desierto, por sus peculiaridades turísticas.

P.- ¿Cómo describiría Tozeur?

R.- Dunas doradas, oasis, palmerales y *ksours*, o palacios beréberes, conforman el atractivo de una región situada a las puertas del desierto. Los dos tipos de desierto que tiene el sur de Túnez no deja a nadie indiferente: el de arena, donde las interminables dunas de arena sedosa dominan el paisaje; y el de rocas, donde se concentran los pueblos trogloditas con sus peculiares construcciones. Los oasis de montaña y de llanura completan las panorámicas vistas de la región. Es, en definitiva, una de las zonas turísticas más auténticas de Túnez. Si hay que resumir su esencia en pocas palabras diríamos que Tozeur esconde el exotismo más cercano.

P.- ¿Cuántos turistas recibe anualmente Tozeur?

R.- En 2008, las llegadas globales ascendieron a 663.481, de los que 105.000 eran españoles. Se registraron 128.000 pernотaciones globales de españoles. En los dos casos, los turistas españoles representan la segunda nacionalidad en optar por Tozeur, después de los franceses.

P.- ¿Cómo pretenden impulsar esta nueva ruta?

R.- La campaña informativa comenzó en enero 2009 y se retomó en junio, a través de la cual se ha ido informando a los profesionales del Sector. En cuanto a la parte promocional, pusimos en marcha una campaña *online* destinada a los agentes de viajes. Asimismo, y con el fin de activar las ventas anticipadas, se lanzó para el consumidor final una tarifa muy agresiva de 100 euros tasas incluidas para los que compran su billete ida y vuelta del 15 de septiembre al 30 de octubre, pudiendo volar durante toda la temporada de invierno. De cara a los prescriptores, tenemos programados unos cuantos viajes de familiarización y seminarios de formación con la colaboración de la Oficina Nacional de Turismo de Túnez. La semana gastronómica recién celebrada en Madrid acercó la gastronomía de Tozeur al público español.

P.- ¿Pretende incorporar alguna otra ruta entre Túnez y España?

R.- En principio, el objetivo a corto plazo es centrar nuestra atención en la nueva ruta de Madrid-Tozeur pero, si todo es favorable, la compañía no descarta continuar con su expansión, ya que está estudiando la posibilidad de aumentar su vuelos desde Madrid y Barcelona.

P.- ¿Cómo es el turista español?

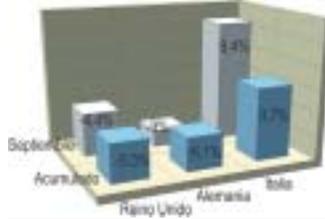
R.- Antes que nada, el español es un turista muy apreciado en Túnez. Suele ser un cliente ávido de Turismo cultural y de Turismo de desierto. Se suele decantar por hoteles de cuatro y cinco estrellas, y acostumbra consumir nuestros productos nacionales. Por regla general no escatima en gastos y, de hecho, es el que genera más ingresos en el sector. Además de las estancias clásicas, el español busca en Túnez productos de alto *standing* como hoteles de lujo, servicios exclusivos, golf, talasoterapia, etc.

escaparate

El 'bajo coste' acapara casi el 52% de pasajeros

Las aerolíneas de 'bajo coste' continúan ganando terreno a las tradicionales. Las *low cost*, que aglutinan el 51,7% de los pasajeros, concluyen septiembre con una caída del 5,2%, frente al -10,7% de las tradicionales. **Pag. 32**

Evolución mercados emisores



El gasto de los turistas extranjeros cae en un 8%

La entrada de menos turistas extranjeros en España propicia que el gasto total de los mismos disminuya en septiembre. En concreto, han desembolsado 5.017 millones de euros, un 8,5% menos que en 2008. **Pag. 6**

Comunidades receptoras



El saldo de la balanza de Turismo baja más del 7%

Factores como la bajada de los precios, la caída de la demanda o la reducción de los gastos en destino provocan que los ingresos derivados del Turismo disminuyan un 8,7% en agosto, mientras que los pagos se contraen un 12%. **Pag. 11**

■ Prontuario

Agencias de viajes en 2015 (y II)

HASTA EL 2015 desaparecerá otro 30% de puntos de venta en las agencias, más del 50% de las compras de viaje serán *online*, habrá un proceso de concentración acelerada y nuevos modelos de negocio. Habrá luchas fratricidas por ganar clientes a la competencia.

Las líneas aéreas luchan por sobrevivir a un mercado más débil con precios del combustible subiendo. Los hoteles ven con asombro muchas de sus habitaciones vacías a la espera de tiempos mejores, y se organizarán de forma más racional para proponer su oferta en el mercado.

Las compañías de alquiler de coches se enfrentan a un dilema de precio y medio ambiente. Y las empresas gastan menos, más inteligentemente y con programas muy completos, tendiendo a un consumo *online*. Los particulares se pensarán mucho dónde, cuándo y cómo gastar sus ingresos en vacaciones y por tanto qué proveedor seleccionan. Por último la Administración debe jugar un papel muy importante en la recuperación de la industria turística, dejando de lado tanto plan estratégico en papel mojado y arriando el hombro para que, de forma común, este sector lleno de grandes profesionales que se baten el cobre cada día, levante el vuelo como el Ave Fénix.

Hasta el 2.013 no volveremos a tener un mercado turístico del tamaño que tuvimos en 2.007. Pero no se preocupen, el sector podría crecer en torno a un 8% en 2.010, un moderado 5% en el 2.011 y despegará de nuevo en el 2.012 con ritmos en torno al 20% interanual hasta el 2.015. Estas son las previsiones del Laboratorio Brain Trust que augura grandes oportunidades para aquellos que se adapten al nuevo entorno.

Angel García Butragueño es miembro del Consejo Asesor Brain Trust Consulting Services.

Aunque se 'ralentiza' el ritmo de cierres de agencias, la mayoría se consideran 'muy afectadas' por la crisis

El 70% señala Internet como su gran amenaza y el 40% considera que el 'paquete' es el producto con más futuro

En la actualidad existen en el mercado español unas 5.500 agencias de viajes, que suman alrededor de 14.500 oficinas. De éstas, el 79% reconoce haberse visto afectada por la crisis económica, siendo los descuentos, las facilidades de financiación y la diversificación las estrategias más utilizadas

para captar clientes. Además, el 83% de las empresas de intermediación turística afirma que su nivel de ventas ha descendido en el último año.

La coyuntura adversa deja su huella en el Sector de agencias de viajes. Según el informe 'Dimensionamiento y análisis del sector de agencias de viajes y su comportamiento ante la crisis', elaborado por Amadeus y ACAV, el 97% de las agencias españolas reconoce haberse visto afectadas por la coyuntura adversa, un 79% de manera importante. El 83% de las empresas de intermediación turística afirma que su nivel de ventas ha descendido en el último año. En concreto, para el 18% la caída en la facturación es superior al 40%; para el 17% el descenso rondaría entre el 31% y el 40%; para el 26% entre el 21% y el 40%; y para el 31% el impacto estaría siendo menor, con un recorte de las ventas inferior al 20%.

Asimismo, el director general de Amadeus España, Paul de Villiers, indica que el ritmo de cierres de 100 puntos de venta mensuales que se registró entre junio de 2008 y junio de 2009 se está "ralentizando". "No sé si hemos tocado fondo, pero sí se está produciendo una ralentización", añade De Villiers.

De acuerdo con el estudio, en España existen unas 5.500 agencias de viajes, que suman aproximadamente 14.500 puntos de venta u oficinas. El 58% de estas empresas desarrollan su actividad exclusivamente como agencias emisoras, mientras que el 8% operan como receptoras. En la actualidad, el 80% de la facturación de las agencias establecidas en España proviene de la actividad emisora.

La crisis económica ha moldeado un nuevo tipo de cliente más pendiente de promociones y ofertas. De este modo, el 85% de las agencias encuestadas opina que los usuarios están optando por destinos más económicos, mientras que un 78% constata que se están reduciendo el número de viajes al año o la duración de las estancias. En este sentido, De Villiers, explica

que "la crisis está alterando temporalmente la tendencia de consumo". Si bien el director general de Amadeus España asegura que aunque "la reducción en la frecuencia de viajes y en el presupuesto destinado está teniendo unas consecuencias lógicas en la actividad de las agencias, difícilmente supondrá un cambio de rumbo en el comportamiento del consumidor, porque el viaje ya ha entrado a formar parte de la cultura del ocio para el español medio, y continuará siéndolo cuando la crisis remita".

Descuentos y diversificación

Ante la situación económica, el 55% de las agencias ha adoptado alguna medida para intentar incrementar sus

ingresos. Las más frecuentes son ofrecer promociones y descuentos, facilitar la financiación de la compra e incorporar nuevos productos. No obstante, hay un 45% de empresas que aseguran no haber llevado a cabo una estrategia para intentar mitigar la caída de la demanda. Por otra parte, más del 70% de agencias opinan que Internet es su principal competidor, dándole menor importancia al fenómeno del intrusismo, los turoperadores o la actual situación económica. Para Paul de Villiers "resulta llamativo que un canal de venta se considere amenaza cuando puede ser utilizado por todos los actores del sector del viaje, ya sea como canal único de venta, en el caso de las *online*, o como canal complementario para las agencias tradicionales".

El informe revela que el 25% de las agencias no tiene más de tres años. Es decir, que una de cada cuatro surgió en paralelo al crecimiento económico del país y al boom inmobiliario, hecho que explicaría el sobredimensionamiento y el consiguiente ajuste acelerado por la crisis. El 80% de las 531 que han sido objeto de estudio considera que el 'paquete' turístico es el que deja mayor margen de beneficio, seguido muy de lejos por el billete aéreo. Esta valoración de la rentabilidad del paquete turístico está en línea con la importancia que las agencias le atribuyen a medio y largo plazo, ya que cerca del 40% considera que el 'paquete' vacacional y los viajes a medida son los productos con mayor futuro para su negocio.

El 80% de los que acuden a una agencia acaban contratando algún servicio

Cerca del 40% de los hogares españoles ha usado una agencia en los últimos 12 meses

En la primera parte de este 'Primer estudio estratégico de las agencias de viajes españolas', publicado hace unos meses, Amadeus y ACAV se centraban en 'Preferencias y hábitos de consumo del usuario de agencias de viajes españolas'. Entre las conclusiones, destacaba que cerca de un 40% de los hogares españoles han utilizado en los últimos 12 meses los servicios de agencias de viajes, ya sean tradicionales u *online*.

Así, la penetración de la agencia tradicional (41,3%) es el doble de la de la *online* (22,7%), y alrededor de un 36% del mercado utiliza los servicios de ambos tipos de agencia, aunque prima la tradicional. Entre las áreas susceptibles de mejora, el informe destaca la agilidad en el servicio y el ofrecimiento de más información.



La penetración de la agencia tradicional es el doble de la de la 'online'.

El 80% de quienes acuden a la agencia de viajes acaban contratando algún producto o servicio, mientras que el 20% restante contacta sólo para solicitar información. De ahí que aún haya un margen importante para la captación de clientes, y que sea preciso destinar esfuerzos para conseguir que ese 20% de visitas se conviertan en ventas. Aunque los clientes de ambas tipologías son sensibles al precio, el de la agencia *online* lo es en mayor medida.

Booking Express disponible ya para todas las agencias

Tras el lanzamiento en Europa de la nueva empresa del Grupo Transhotel, Booking Express, se pone en marcha la última fase de implementación, que permitirá a todas las agencias del mundo ofrecer a sus clientes pago directo en el hotel. Como explican desde el grupo turístico, la acogida "está siendo notable y los resultados en los países donde ya está disponible están superando expectativas".

Vigo contará con un plan de cuatro millones de euros

El teniente de alcalde de Vigo, Santiago Domínguez, y el director de TurEspana, Antonio Bernabé, han presentado el Plan de Competitividad Turística, que contará con cuatro millones de euros de inversión hasta 2012 y cuyo objetivo es que las pernactaciones aumenten un 6%. Durante el primer año, las Administraciones costearán a partes iguales la inversión de 1,15 millones de euros.

El Palacio de Estepona renueva la 'Q' de Calidad

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) ha renovado la 'Q' de Calidad que concedió en 2008 al Palacio de Exposiciones y Congresos de Estepona (Málaga). La auditoría realizada es válida para los próximos dos años. Por su parte, el concejal de Turismo de la localidad, Carlos Rodríguez, ha destacado la importancia de esta certificación.

Alsa logra tres millones de embarques vía móvil

Alsa ha alcanzado en octubre tres millones de viajeros embarcados vía móvil, al cumplirse el tercer año desde que implantó el billete electrónico. Alsa fue el primer operador español en introducir el embarque a través del móvil en 2006. Alsa ofrece la posibilidad de embarcar directamente en el autobús vía móvil a los viajeros que hayan adquirido un billete electrónico desde 2006.

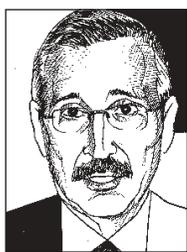
Renfe 'reducirá un 57% sus emisiones en 2020' por la renovación de los trenes

La transportista destaca que la sostenibilidad 'se ha convertido en un factor de decisión'

Pese a sus planes expansionistas, Renfe confirma que "la sostenibilidad es un fin indiscutible". Así lo indica el gerente de Calidad y Medio Ambiente de

Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe Operadora, calculando que en 2010 recortarán las emisiones en "dos millones de toneladas de CO₂".

Para 2020, Renfe Operadora pretende conectar todas las capitales de provincia con servicios de alta velocidad-larga distancia, con un total de 10.000 kilómetros. De este modo, el 90% de los ciudadanos se encontrará a menos de 50 kilómetros de una estación de alta velocidad. Pese a



José Eladio Tobio

estas previsiones de crecimiento, la compañía ferroviaria continúa defendiendo "la eficiencia energética y la reducción de las emisiones de gases contaminantes del transporte ferroviario en España", tal y como explica su gerente de Calidad y Medio Ambiente, José Eladio Tobio.

Tobio, que asegura que "la sostenibilidad y el respeto al medioambiente es un fin indiscutible", indica a NEXOTUR que "tenemos un plan de

reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y en los últimos ocho años hemos alcanzado un recorte del 40%". Asimismo, el director de Calidad y Medio Ambiente prevé que "en 2010 Renfe emitirá dos millones menos de toneladas de CO₂", mientras que "en 2020 habrá recortado sus emisiones en un 57% respecto a 1990". Para conseguir este objetivo, la compañía ferroviaria ha llevado a cabo "una renovación de sus trenes y ha apostado por la mejora de la eficiencia energética", entre otras medidas.

En esta línea, Tobio, que defendió la sostenibilidad de este medio de transporte en el Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo, Futuralia 2009, no cree que la crisis

económica pueda colocar a la sostenibilidad en un segundo plano. "No es probable, ya que el asunto tiene suficiente masa crítica como para que la sociedad empuje a las empresas". Además, el directivo de Renfe considera que "a la hora de elegir un medio de transporte los clientes tienen en cuenta, además del precio, el nivel de contaminación del mismo". Por ello "no es lo mismo una empresa que produce en un viaje Madrid-Barcelona 13 kilos de emisiones de CO₂ que una que produce 70", añade.

Finalmente, Tobio desmiente que los trenes de alta velocidad sean "depredadores del medioambiente, tal y como se rumoreó". "A día de hoy esta claro que los trenes de alta velocidad son eficientes y que su consumo es más bajo que el resto de competidores", sentencia el director de Calidad y Medio Ambiente.

Baja el 8% el saldo positivo de la balanza de Turismo

Tanto el Turismo emisor como el receptor continúan empeorando sus cifras. Factores como la bajada de los precios, la caída de la demanda o la reducción de los gastos en destino provocan que los ingresos derivados del Turismo disminuyan un 8,7% en agosto, mientras que los pagos se contraen un 12%.

El menor número de desplazamientos, sumado a la bajada de los precios y al recorte del gasto, provoca que tanto el emisor como el receptor experimenten significativas caídas en agosto, al igual que sucediese en los meses precedentes. En concreto, según los datos facilitados por el Banco de España, los ingresos derivados del Turismo y viajes alcanzan los 4.922,7 millones de euros, registrando un descenso del 8,7% respecto al mismo mes de 2009.

En cuanto al emisor, de los 1454 millones de euros de agosto del pasado año se pasa a 1.279,5 millones, lo que supone un recorte del 12%. El resultados de ambos indicadores propicia que el

saldo positivo de la balanza de Turismo y viajes se sitúe en 3.643,2 millones de euros. Esta cantidad supone un descenso del superávit turístico del 7,6%, ya que en agosto de 2009 se superaban los 3.943 millones de euros.

Se reduce el superávit

La evolución negativa del Turismo y viajes, sumada al deterioro del saldo de los otros servicios, que registra un déficit de 124,4 millones de euros, provoca que la balanza de servicios registre un superávit de 3.518,8 millones de euros, inferior al del mismo mes de 2008, de 3.985,5 millones.

En los ocho primeros meses del año la situación ha sido muy similar. El saldo positivo del Turismo y viajes registra un descenso del 7,7%. Asimismo, tanto el receptor como el emisor experimentan significativas contracciones entre enero y agosto, con variaciones negativas del 9,9% y del 14,5%, respectivamente.

La Consejería de Turismo de Canarias 'mantendrá los avales', pese a la aplicación de la Directiva Bolkestein

Viceconsejera de Turismo: 'El que se liberalice la apertura de una agencia no exime de cumplir con la legislación'

Al igual que la Comunidad de Madrid, Canarias confirma que "se mantendrán los avales para los intermediarios turísticos". Así lo asegura la viceconsejera de Turismo, Ma-

ría del Carmen Hernández, explicando que con la Bolkestein sólo se persigue "agilizar las gestiones administrativas". Más allá de la trasposición de la normativa europea, la

viceconsejera de Turismo de la Comunidad reconoce la complicada situación que atraviesa el archipiélago como destino. "No somos ajenos a la crisis económica."

A finales de diciembre entrará en vigor la Directiva Bolkestein, dirigida al sector servicios, y que implicará, entre otros aspectos, la eliminación del requisito del título-licencia de agencia de viajes para ejercer como tal. Aunque en un primer momento desde el Sector se temía la supresión de los avales, las dos primeras Comunidades en pronunciarse al respecto, Madrid y Canarias, parecen confirmar se mantendrán.

La viceconsejera de Turismo del Gobierno de Canarias, María del Carmen Hernández, asegura a NEXOTUR que "aunque en un principio estuvimos valorando suprimirlos, tras reunimos con el Sector de agencias y con diversas Comunidades decidimos que debíamos mantenerlos". Sobre la citada normativa

Hernández considera que "supondrá un cambio radical de mentalidad". "Antes para abrir una agencia tenías que hacer infinidad de trámites, pero a partir de la trasposición de esta directiva solamente será necesaria una declaración responsable, que conlleve, al menos en Canarias, que la persona que la firme cumpla con todos los requisitos legales", explica.

En esta línea, la viceconsejera, que recuerda que la normativa "parte de la Unión Europea", afirma que "el que se liberalice la apertura de un establecimiento, que es lo único que se está haciendo, no exime del cumplimiento de la responsabilidad de cumplir con la legalidad". "La aplicación de esta normativa es un signo inequívoco de modernidad", concluye Hernández.

Más allá de la trasposición de la normativa europea, la viceconsejera de Turismo reconoce la complicada situación que atraviesa el archipiélago como destino. "No somos ajenos a la crisis económica, y hasta septiembre acumulamos una caída del número de turistas de entre el 14% y 15%", advierte. En esta línea, Hernández calcula que "al año movemos cerca de 12 millones de turistas, por lo que estamos hablando de 1,4 millones de visitantes menos al año, y esto es muchísimo para nosotros".

Duro golpe para Canarias

Esta tendencia, calificada como "un duro golpe para la economía de Canarias", es "difícil de revertir",

ya que, tal y como explica la viceconsejera, "el precio es lo que mueve ahora a los turistas, y a Canarias sólo se puede acceder por vía aérea o marítima, lo que provoca que no seamos tan competitivos en este aspecto". De cara al próximo año, la viceconsejera considera que "habrá que esperar como evolucionan el mercado peninsular, Reino Unido y Alemania, ya que aportan el 80% de los turistas". Al respecto, Hernández tiene puestas ciertas esperanzas en el mercado alemán, explicando que "parece que está funcionando mejor", mientras que en el caso de Reino Unido "mientras que la libra siga devaluada y la situación económica no mejore difícilmente podremos esperar una mejoría".



La viceconsejera de Turismo del Gobierno de Canarias, María del Carmen Hernández, en Futuralia.

El tráfico aéreo de pasajeros a nivel mundial se mantiene en septiembre, pero la industria sigue en números rojos

El tráfico aéreo de pasajeros se ha mantenido en septiembre, con un ligero aumento de la demanda del 0,3%, frente al mismo mes del año pasado, según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). La Asociación advierte que todavía no puede hablarse de una recuperación, ya que el entorno de la industria es "frágil".

En el mes analizado las tasas de ocupación de pasajeros regresaban a

los niveles anteriores a la crisis, con índices del 77,1%. No obstante, IATA señala que esta mejora de la demanda es "engañosa", ya que se compara con septiembre de 2008, un mes "excepcionalmente débil" para el transporte aéreo internacional, con caídas del 2,9%. "Es demasiado pronto para llamar a esto una recuperación", apunta el director general de IATA, Giovanni Bisignani, quien admite que lo peor

"podría haber pasado" en cuanto a la caída de la demanda, pero no en lo que se refiere a la rentabilidad del sector, que "sigue siendo un desastre" y cuyos costos "siguen aumentando". "La industria sigue firmemente en el rojo, con un entorno empresarial frágil", asegura el ejecutivo.

Por regiones, la demanda de pasajeros en Europa se ha reducido un 4,2%, frente a la caída del 2,8% regis-

trada en agosto. Por el contrario, en Asia y Pacífico se ha producido una mejora "más significativa", al reducir su caída hasta un 2,1% en septiembre. Las aerolíneas norteamericanas no han apreciado mejorías importantes en la demanda, debido a la caída de la confianza de consumidores y a la debilidad de los viajes de negocios. Así, la demanda sobre las rutas al Atlántico han caído un 2,4%.

Por su parte, las compañías aéreas de Oriente Medio han ganado cuota de mercado con un incremento del 18,2% con respecto a septiembre de 2008, aunque este crecimiento es distorsionado si se tiene en cuenta el cambio del periodo del Ramadán. En cuanto a Latinoamérica, el tráfico ha descendido un 1,8% en septiembre, frente a la caída del 3,9% registrada el mes anterior.

En Andalucía se invierte más de 478 millones de euros en Turismo

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha destinado más de 478 millones de euros a los 91 planes e iniciativas turísticas que están en vigor en estos momentos en las ocho provincias andaluzas. Estas actuaciones, que supondrán una inversión global de más de 890 millones de euros, benefician al 89% del territorio y el 88% de la población andaluza.

Como ha explicado su consejero, Luciano Alonso, la Comunidad se encuentra en la obligación de "redefinir su posición competitiva como destino, adecuando la estructura productiva de la industria turística a las nuevas necesidades del mercado y mejorando la coherencia y eficacia en la actuación conjunta de todos los agentes del sector". Así, asegura que la Junta trabaja por un nuevo modelo de desarrollo turístico que se canaliza a través del Plan General de Turismo Sostenible 2008-2011, el cual "implica una intervención en el territorio con proyectos de futuro, sostenibles y viables" desde un punto de vista social, medioambiental y económico.

Por su parte, la delegada del Gobierno andaluz en Jaén, Teresa Vega, ha expresado su convencimiento de que el futuro del Sector "pasa por una apuesta por el Turismo de calidad, con una oferta atractiva", que aproveche la "riqueza endógena" y apueste por el "valor al cliente, el detalle y la sostenibilidad". Vega ha participado en las jornadas formativas 'Destino en detalle', que se han centrado en la Sierra de Cazorla y han sido organizadas por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en colaboración con la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, y ha manifestado que este tipo de encuentros deben servir para hacer de este parque natural un "espacio más competitivo, diferenciado y de una mayor excelencia".

En este sentido, ha recordado la vigencia del Plan de Revitalización del Parque de Cazorla, Segura y Las Villas, que ha puesto en marcha la Comunidad y en el que se contempla una inversión de 35,4 millones de euros. "Este plan, junto con otros planes que ya desarrollamos en estas tres comarcas, va a permitir que el Parque de Cazorla, Segura y Las Villas vuelva a ocupar el lugar que le corresponde, pero para eso necesitamos el trabajo de todos".

todos nuestros pasajeros viajan en ventanilla

Nueva flota con pantalla táctil que permite jugar entre asientos*. 9 videojuegos, 16 películas, 57 CD's, las mejores series de TV... Disfrútala en los vuelos a Buenos Aires, La Habana, Bogotá, Lima, Quito, Guayaquil y Santa Cruz de la Sierra. Infórmate en tu agencia de viajes o en aircomet.com.

aircomet

Un Mundo de Cruceros comercializará Latitud 4

Latitud4 y Un Mundo de Cruceros han suscrito un acuerdo comercial, que será efectivo a partir del próximo mes de diciembre, por el que la gestión operativa de las reservas y promoción de las compañías que Latitud4 representa en España, será efectuada por Un Mundo de Cruceros. Latitud4 continuará encargándose, exclusivamente, del *marketing* de sus representadas.

Expogalaecia congrega a más de 100 expositores

El Salón de Turismo, Gastronomía y Artesanía de Galicia y Norte de Portugal (Expogalaecia), celebrado en Instituto Ferial de Vigo (Ifevi) ha aglutinado entre el 30 de octubre y el 1 de noviembre un aoferta de más de 100 expositores nacionales e internacionales, que representan a 500 entidades. El 54% de los expositores procedían del extranjero, con Portugal como principal protagonista.

España lidera crecimiento del segmento de autobuses

El segmento de autobuses y autocares ha sido el mejor parado en el contexto de vehículos industriales el pasado septiembre, con un descenso global del 12,1% en el marco de la Unión Europea (UE). Los mercados más aventajados en el noveno mes del año 2009 han sido el de Francia, con un crecimiento del 6,9% y el español, que registró una subida del 1,5%.

La Asociación de Ferias ha modernizado su 'portal'

La Asociación de Ferias Españolas (AFE) ha informado de la modernización y reestructuración de su página *web*. Los cambios se han producido tanto en los contenidos, como en el diseño y la navegación. La renovación en el aspecto gráfico y la innovación técnica han sido las dos vías de trabajo que más van a destacar en el nuevo 'sitio', según han señalado desde la asociación.

Candidatura conjunta para las elecciones de Fomento de Turismo

Iriondo: 'El primer reto es sacar adelante esta entidad y seguir siendo un gran foro'

Fomento de Turismo de Mallorca, institución fundada en 1905 con el objetivo de encauzar la promoción turística de la isla, tendrá el 18 de diciembre con nuevo

presidente. Hasta el momento se postulan para relevar a Álvaro Middelmann, Pedro Iriondo y Eduardo Granero, que presentan una candidatura conjunta.

Tras cuatro años al frente de Fomento de Turismo de Mallorca, Álvaro Middelmann, que compagina este cargo con el de director general de Air Berlin para España y Portugal, finalizará su mandato a finales de año. De cara a las elecciones, convocadas para el próximo 18 de diciembre, hasta el momento solamente se ha presentado una candidatura. La conjunta de Pedro Iriondo y Eduardo Gamero para presidir esta institución centenaria en los próximos cuatro años.



Pedro Iriondo

Pedro Iriondo, que en la actualidad ostenta el cargo de presidente de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (Aviba), defiende su candidatura conjunta con Eduardo Gamero des-

tacando que "ambos tenemos muchos proyectos, pues conocemos bien el Turismo tras cerca de 40 años dedicados a labores de promoción".

En esta línea, Iriondo, que en caso de ser elegido como presidente de Fomento de Turismo de Baleares deberá dejar la presidencia de Aviba, tiene como principal objetivo esencialmente "conceder un impulso a esta institución, que cumplió su centenario hace cuatro años, y seguir siendo un foro de debate para el Sector Turístico", subraya.

Iriondo y Gamero—este último cuenta con el apoyo del sector hotelero de la isla—, confirman que "mantendremos a muchos miembros de la junta directiva actual". Otra de

sus pretensiones si ganan las elecciones será conservar e incluso "potenciar el centro de prensa de Fomento, siempre y cuando nos sigan ayudando las administraciones".

Una situación coyuntural

Preguntado por la situación que atraviesa Mallorca como destino turístico, Iriondo hace hincapié en que, pese a la crisis económica, "seguimos siendo un destino turístico de primer orden y esperamos ir remontando las pérdidas con el esfuerzo de todo el Sector Turístico". Sobre el destino España, el actual presidente de Aviba, que reconoce que "estamos atravesando momentos difíciles, aunque es coyuntural", espera que una vez pasada la crisis económica el Sector "pueda ir recuperando lo perdido".

Traveltool impulsa su andadura en Portugal

Traveltool ha iniciado su andadura en Portugal, tras un acuerdo con TFV, una de las empresas más importantes de implantación de sistemas de gestión en agencias en el país luso, que será el encargado de comercializar sus servicios. La compañía, que empezó a funcionar en España en abril de este año, ofrecerá a las agencias independientes portuguesas, al igual que en nuestro país, la tecnología de una agencia online, servicios de *marketing* orientado hacia la multicanalidad, y como explican desde la misma, "en las condiciones de producto y proveedores de los grandes grupos".

La implantación de la compañía en Portugal coincide con el acuerdo cerrado en España con el Grupo Gea, "que permitirá a Traveltool obtener condiciones excepcionales con los proveedores, lo que aportará grandes beneficios a las agencias de Traveltool", señalan desde la compañía. Así, como destacan Traveltool, en tan sólo unos meses, más de 250 agencias de viajes se han adherido al proyecto en España.

Como explica su consejero delegado, Ovidio Andrés, "en España estamos teniendo un crecimiento muy por encima de lo esperado". "De hecho, si quisiésemos podríamos tener 1.500 puntos de venta en muy poco tiempo, pero éste no es nuestro modelo, queremos una red con las agencias con mayor experiencia e implantación en cada zona, es decir, queremos las 300 mejores agencias independientes", especifica.

Logitravel lanzaba Traveltool antes del verano para ofrecer servicios tecnológicos, producto y de *marketing* a las agencias independientes "y hacerlas así más competitivas frente a las agencias online y grupos verticales", contaban entonces sus creadores. Con esta solución integral Traveltool "logra agregar un amplio número de proveedores online que permite ofrecer a las agencias el mayor abanico de producto y los mejores precios". Así, "el objetivo es alcanzar a final de año la cifra de 50 proveedores agregados online", afirmaba el director de IT de Traveltool, Toni Carbonell.

Los españoles realizan más de 14 millones de viajes en septiembre, con un fuerte incremento del 14%

Entre julio y septiembre se contabilizan cerca de 55 millones de desplazamientos, un aumento interanual del 5%

La crisis económica no frena las ganas de viajar de los españoles. En el periodo estival —de julio a septiembre— se han contabilizado 54,9 millones de desplazamientos, lo que su-

pone un incremento interanual del 5%. Andalucía se posiciona como la principal Comunidad autónoma receptora de turistas nacionales. Este buen comportamiento ha estado

motivado principalmente por el crecimiento de los desplazamientos de los españoles por cuestiones de trabajo, así como de los realizados en fin de semana.

En septiembre de 2009, los españoles han realizado 14,4 millones de viajes, experimentando así un fuerte incremento del 14% respecto al mismo mes de 2008. Este buen comportamiento ha estado motivado por el crecimiento de los desplazamientos por cuestiones de trabajo, así como de los realizados en fin de semana. Como Comunidades de destino, cabe destacar la buena marcha de Andalucía y Castilla y León. La mayoría de los viajes, concretamente el 91%, tiene como destino alguna Comunidad española, correspondiendo el 9% restante a destinos internacionales.

Según la Encuesta de Movimientos Turísticos de los españoles (Familitur) del Instituto de Estudios Turísticos (IET), de julio a septiembre se han contabilizado 54,9 millones de

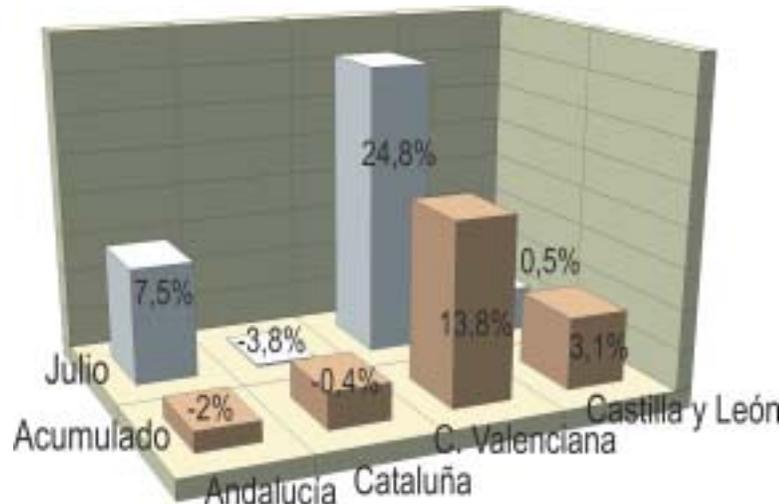
viajes, un 5,1% más. Andalucía se posiciona como principal Comunidad receptora. En relación al tipo de alojamiento, los viajes a la vivienda de familiares o amigos son los más frecuentes, aunque también destaca el crecimiento del alojamiento hotelero.

En junio de 2009, mes analizado en profundidad por el IET, los españoles han realizado 14,6 millones de viajes, un 1,2% más que en el mismo mes del pasado año. El 93,6% de los viajes han sido dentro de nuestras fronteras, manteniéndose además prácticamente invariables respecto a julio de 2008, mientras que los desplazamientos al extranjero muestran un crecimiento del 13,5%. En relación al tipo de viaje, los más numerosos son los de fin de semana, 60,3% del total.

El 53,3% de los españoles se ha dirigido en julio a las siguientes Comunidades: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León. Andalucía, Madrid y Cataluña ocupan los primeros puestos como emisoras turísticas. Andalucía, con 2,7 millones de viajeros y un crecimiento del 14,2% se posiciona en primer lugar. Le siguen Madrid (7,1%), Cataluña (-3,3%) y Comunidad Valenciana (26,6%).

En cuanto a los medios de transporte, el coche ha sido elegido en el 80% de los viajeros, mostrando además un crecimiento del 3,2%. Con un peso mucho menor, los viajes en avión y en autobús acaparan el 7,9% y el 6,4%, respectivamente. En términos de evolución, destaca la caída del avión, que ronda el 12,5%.

Evolución de Comunidades de destino



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

Disparidad normativa en acceso a las ciudades

Los turoperadores que organizan circuitos por autocar en Europa advierten de que cada vez son más las ciudades que introducen restricciones para acceder a los centros urbanos. Las patronales del Sector también lamentan el alud de normativas locales, nacionales y europeas que dificulta su trabajo. Así, los turoperadores ven su actividad continuamente constreñida.

Desarrollan un moderno sistema para predicciones

La Cámara de Comercio de Mallorca participa en el desarrollo de un nuevo sistema que, una vez que se ponga en marcha en el año 2010, podrá predecir con meses de antelación la evolución que tendrá la demanda turística. Para el organismo, será una ventaja en un momento histórico caracterizado por el retraso extremo en las reservas de 'paquetes' y estancias.

Castellón perfila el Plan 'Castellón Avanza 2015'

El alcalde del Ayuntamiento de Castellón, Alberto Fabra, se ha reunido con representantes del sector hostelero para perfilar y concretar el nuevo Plan Estratégico 'Castellón Avanza 2009-2015'. El objetivo es impulsar el Turismo de Congresos y convertir a la ciudad en un "referente turístico", según ha informado la concejala de Turismo, Beatriz Gascó.

El salón belga se tiñe de 'verde' con MAN y Volvo

En la edición de Busworld 2009 han predominado las 'apuestas verdes'. Volvo y MAN han aprovechado la cita para presentar motores más eficientes y ecológicos. Volvo ha presentado las cualidades de su nueva motorización de 13 litros dirigida a los modelos 9900 y 9700. MAN ha dado un firme paso adelante en su compromiso medioambiental al presentar la extensión de las versiones EEV.

Regresan los Salones TurNexo, con nuevas citas en Madrid y Barcelona para que los agentes conozcan las novedades para este invierno

TurNexo Madrid acoge una jornada técnica sobre cómo influirá a las agencias la aplicación de la Directiva Bolkestein

El jueves 5 de noviembre, el Salón TurNexo Madrid ha supuesto el pistoletazo de salida para los Salones TurNexo en su edición de invierno. La próxima cita, el jueves 12 de noviem-

bre en el Hotel Eurostars Grand Marina en Barcelona. El Salón de Madrid organizado por el Grupo NEXO ha servido de punto de encuentro entre proveedores y agentes. Parale-

lamente ha acogido el tradicional debate en el que en esta ocasión se ha tratado la repercusión de la trasposición de la Directiva Bolkestein en España.

Comienzan los Salones TurNexo Invierno que, como todos los años, acuden nuevamente a sus citas con los agentes de viajes en las ciudades de Madrid (5 de noviembre) y Barcelona (12 de noviembre). El pasado jueves 5 de noviembre, tuvo lugar el primero de ellos, organizado en Madrid y convocado por el Grupo NEXO, al que asistieron cerca de una quincena de expositores profesionales con el fin de dar a conocer sus últimas novedades al Sector minorista. En este caso, el hotel Santo Domingo volvió a ser la sede elegida para la celebración del Salón.

El Salón TurNexo Madrid ha reunido a una amplia representación de los diferentes segmentos turísticos, como mayoristas, empresas de transporte, establecimientos hoteleros, talonarios, Asociaciones, grupos comerciales e instituciones. Tal es el caso de Turismo de Ronda, Renfe, Iberia, Paradores, Travel-

plan, Travelcube, Bancotel, Grupo Airmet, Intermundial y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Todos ellos están hoy a disposición de los asistentes al Salón para conocer de primera mano las novedades previstas para la próxima temporada de invierno.

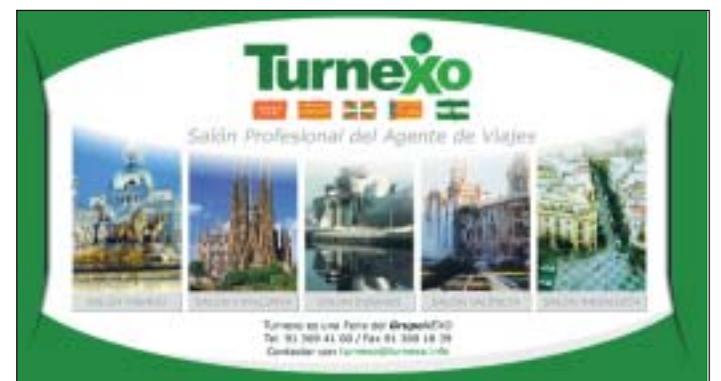
Directiva Bolkestein

El Salón TurNexo Madrid no es sólo un punto de encuentro entre proveedores y agentes, sino que además, se ha convertido en un foro de debate acerca de la actualidad del Sector. Así, la primera Jornada técnica sobre la aplicación de la liberalización de servicios —que conlleva la trasposición a la legislación española de la Directiva Bolkestein—, con la activa participación de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, se ha celebrado en el marco del Salón TurNexo Madrid. El seminario profesional ha permitido a las

Asociaciones empresariales de esta Comunidad (AEDAVE-Madrid y UMAV) y a los Grupos comerciales de agencias independientes, debatir por vez primera con políticos y técnicos de la Administración turística, sobre el efecto Bolkestein.

El Sector ha mostrado su posición ambivalente en aspectos como la ausencia de autorización previa para abrir nuevas agencias, la desaparición de la exigencia de titulación para dirigir una agencia o las potenciales diferencias entre las diversas normativas autonómicas.

Después de Madrid, los agentes de viajes tienen una cita con los proveedores el próximo jueves 12 de noviembre en el Salón TurNexo Catalunya. Una convocatoria más, el Salón se celebra en el Hotel Grand Marina y a él acudirán expositores como Renfe, Iberia, Travelcube, Bancotel, Paradores, Turismo de Ronda, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Intermundial y Grupo Airmet.



Los Salones TurNexo son un evento exclusivo para los agentes de viajes

El Salón TurNexo es un evento exclusivo para el agente de viajes, por lo que es imprescindible que todos aquellos agentes interesados en asistir, se preinscriban en la página web www.turnexo.com. Igualmente, la preinscripción online les permitirá recoger el reloj Junghans con el que el Grupo NEXO obsequia a los asistentes. Para ello, tan sólo es necesario presentar, debidamente cumplimentado el Pasaporte TurNexo, sellado en cada uno de los stands.

No hay ningún incentivo para sus ventas

más interesante que el propuesto por nuestro programa OK Plus Partner.

diplomat
HOTEL ★★★★★ PRAGUE

Regístrese en nuestro programa OK Plus Partner y disfrute de numerosas ventajas y premios, sin ningún esfuerzo extra. Simplemente vendiendo vuelos designados con el código OK que le permitirá recibir puntos para cambiar por atractivos premios.

¡OFERTA ESPECIAL DE LANZAMIENTO! ¡Sea de los 100 primeros agentes registrados y podrá ganar un fin de semana* en Praga para dos personas!

Regístrese y obtenga más información en www.okpluspartner.com. Los directores deben enviar su número de IATA por email a okpluspartner@csa.cz para recibir su código personal.

*Vuelo de Czech Airlines y 2 noches gratuitas en el Hotel Diplomat de Praga (www.diplomathotel.com)

OK PLUS PARTNER | CSA CZECH AIRLINES

El 60% de trabajadores de Spanair rechazan el traslado

El 60% de los trabajadores de Spanair en Palma de Mallorca afectados por la segunda fase del traslado a Barcelona han decidido abandonar la aerolínea. De los 171 empleados que deben estar en la capital catalana antes del 31 de marzo, 69 aceptaron la oferta y 102 la rechazaron. En la primera fase, de un total de 196 personas, 73 se mudaron a Barcelona y 124 dejaron la compañía aérea.

Cae un 72% el beneficio de Royal Caribbean Cruises

Hasta septiembre, Royal Caribbean ha obtenido un beneficio neto de 108 millones de euros. Así, ha reducido sus ganancias un 72,2% con respecto al mismo periodo de 2008, cuando ganó 390 millones de euros. La crucerista ha ingresado los nueve primeros meses del año 3.000 millones de euros, un 12% menos del volumen de negocio registrado en el ejercicio anterior.

México inicia recuperación de las playas del Caribe

Con un presupuesto de 46 millones de euros, México ha puesto en marcha un programa para recuperar casi 14 kilómetros de playas en el Caribe. En concreto, la zona que fue severamente dañada en 2005 tras el paso del huracán 'Wilma'. Se espera que los trabajos de rehabilitación concluyan en aproximadamente cuatro meses. El programa se había pospuesto en el pasado por problemas técnicos.

La Nau quiere fomentar la 'multiestacionalidad'

El Teatro Auditorio La Nau de Denia, en fase de construcción, pretende fomentar la multiestacionalidad del Turismo y mejorar la oferta de Denia, según su alcaldesa Ana Krings. El recinto se caracteriza por su polivalencia para acoger congresos, convenciones y actividades culturales. El presupuesto asciende a 13 millones de euros, de los que nueve serán aportados por la Generalitat.

AEDAVE celebrará su congreso en Gran Canaria, entre el 16 y 20 de noviembre

Maciñeiras: 'Se analizará la situación actual y cómo prepararse para el fin de la crisis'

Gran Canaria, en concreto, el Hotel Villa Conde, es el escenario elegido por AEDAVE para la celebración de su congreso anual, que tendrá lugar entre el 16 y

el 20 de noviembre. Durante el acto se analizarán temas de actualidad del Sector de agencias, como la Directiva Bolkestein y la problemática sobre el IVA.

Finalmente será el Hotel Villa Conde, en la Playa de las Meloneras, el lugar elegido por AEDAVE para celebrar su congreso anual. Las Asociaciones aplazó su congreso en México "hasta el año 2010 o 2011", tal y como afirmaba su presidente, José Manuel Maciñeiras, "tras analizar la situación y haber constatado que el destino México se ha recuperado y ha alcanzado resultados similares a los obtenidos antes de que se produjese la crisis sanitaria".

Maciñeiras, que recalca que la Asociación pretende dar su apoyo al Turismo doméstico, "que está siendo muy importante para el Sector", asegura que durante el acto celebrado en Gran Canaria "se analizará la situación actual que atraviesan las agencias de viajes". Asimismo, "se pondrá especial énfasis en cómo prepararse y adaptarse para el final de la crisis económica". Por ello, el lema del congreso será



AEDAVE quiere dar su apoyo al Turismo doméstico.

'La preparación del Sector de agencias de viajes para el día D+1'.

Durante el congreso, además de conocer de primera mano los principales atractivos turísticos de la isla, los profesionales turísticos participarán en una jornada de trabajo en la que se analizarán temas de actualidad del Sector de agencias de viajes. Por ejemplo, se abordarán cuestiones como la problemática sobre el IVA en

el Sector, el futuro de las agencias de viajes y la aplicación de las nuevas tecnologías y la trasposición de la Directiva Bolkestein.

También se organizará un foro abierto en el que los participantes debatirán sobre la preparación para el día después de la crisis. Por último, AEDAVE aprovechará el congreso celebrado en Gran Canaria para presentar oficialmente su nueva web.

Cae un 13% de los turistas británicos a España en 2009

De los cerca de 42 millones de turistas llegados a España en los nueve primeros meses de 2009, casi 11 millones, el 26%, procedían de Reino Unido. La devaluación de la libra y la crisis económica ha frenado la tendencia alcista de los últimos años del mercado británico. En concreto, según estimaciones del director de la Oficina Española de Turismo (OET) de Londres, Ignacio Vasallo, la caída de turistas británicos rondará el 13% este año, descenso inferior al de destinos competidores como Croacia o Bulgaria, con retracciones del 30% y 26%, pero mayor que el de Egipto y Turquía.

Vasallo precisa que las vacaciones principales "siguen siendo sagradas" para estos turistas, sin embargo, señala que están cayendo mucho los viajes a ciudades, es decir, de city break. Durante su intervención en la presentación de la conferencia anual de directores de agencias de viajes minoristas Grupo TUI Travel PLC, celebrado en la sede del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Vasallo precisa que

el descenso en la Costa del Sol "es menor que en el resto de España, señalando además que la tendencia de reservas es "bastante positiva".

El director de Clientes de TUI United Kingdom, Tim Williamson, explica que el británico se está convirtiendo en un mercado "cambiante", con la calidad como prioridad. "El cliente está más dispuesto a viajar a destinos innovadores y aquí, en España y en la Costa del Sol, tienen un producto fantástico", añade. Por su parte, el director ejecutivo de TUI para el Norte de Europa, Johan Lundgren, que señala que el cambio de divisas está perjudicando a España, hace especial hincapié en la importancia de apostar por los productos de todo incluido, ya que los viajeros "tienen el gasto controlado y sería una gran oportunidad para España". Lundgren apunta que de las vacaciones de británicos hacia España "sólo el 25% es de todo incluido", mientras que en otros mercados competidores, como es el caso de Egipto o Turquía, esta cantidad se eleva hasta el 65%.

Pascual pide que 'no haya discriminación financiera' para el transporte aéreo y, en concreto, para Air Comet

El grupo Marsans está dando 'un apoyo enorme' a Air Comet, ya que 'está atravesando un momento difícil'

En el marco del 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia, el copropietario de Marsans, Gonzalo Pascual, acusa al sector de la banca de

tener un "cerrojazo total" a la financiación del sector aéreo e insta a acabar con la "discriminación financiera" hacia Air Comet, que tiene "cero financiación externa". Pascual re-

cuerda que existen sectores, como el del automóvil, para los que los gobiernos de todo el mundo se han movilizado para formalizar "ayudas especiales" como créditos blandos.

El copropietario de Marsans, Gonzalo Pascual, acusa al sector de la banca de tener un "cerrojazo total" a la financiación del sector aéreo e insta a acabar con la "discriminación financiera" hacia Air Comet, que tiene "cero financiación externa". Pascual recuerda que existen sectores, como el del automóvil, para los que los gobiernos de todo el mundo se han movilizado para formalizar "ayudas especiales" como créditos blandos.

En el marco del 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia, Pascual ha agregado que todo el grupo Marsans está dando un "apoyo enorme" a Air Comet, ya que está atravesando un momento difícil, y ha asegurado que se están

buscando soluciones para dar continuidad a la aerolínea. "Tenemos que ser optimistas", indica.

Línea de financiación

En cuanto a la posibilidad de que la compañía aérea pueda acceder a una línea de financiación del Instituto Oficial de Crédito (ICO), el copropietario del grupo turístico considera que "no se puede basar el futuro en un sí o no", por lo que es necesario considerar "todas las alternativas". Asimismo, ha insistido en la necesidad de encontrar una solución cuanto antes. Pascual ha admitido que "de ninguna manera se puede justificar el retraso" en los cobros, aunque puntualiza que no todo el colectivo está "en las mismas condiciones".

En este sentido, el copropietario de Marsans ha asegurado que a él mismo también le "desagradan" los retrasos que se están produciendo en el pago de las nóminas a los trabajadores de Air Comet. Y afirma que la dirección de la aerolínea está haciendo todo lo posible para "regularizar" la situación.

Sin embargo, Pascual ha señalado que es "mejor tener un retraso en los pagos que cerrar" y ha apostado por seguir buscando soluciones que den continuidad a la aerolínea. "Un buen empresario es el que se crece ante las dificultades y yo soy optimista", subraya.

Recuerda, además, que Marsans es un "grupo grande" en el que trabajan 14.000 personas con diversas líneas de negocio y "sólo la compañía



Grupo Marsans está buscando soluciones para dar continuidad a Air Comet.

aérea está en un momento adverso". En referencia a las declaraciones del también copropietario del grupo turístico, Gerardo Díaz Ferrán, sobre que ambos "han hipotecado sus casas"

para salvar Air Comet, Pascual ha explicado que cuando un empresario aporta como aval su "firma personal" de una manera "real o metafórica" está hipotecando su casa.

La huella de carbono con Amadeus, gracias a OACI

La Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) proporcionará a Amadeus los datos de su calculadora de emisiones de carbono. Este acuerdo permitirá que los clientes de todo el mundo del proveedor puedan calcular la huella de carbono de sus viajes aéreos. La calculadora de la huella de carbono se integrará en las plataformas de reservas de viajes a mediados de 2010.

El Grupo Sercom supera el concurso de acreedores

En septiembre fue dictado el Auto del Juez del Juzgado de lo Mercantil N° 1 de Pamplona, por el que se declaraba aprobado el convenio y se levantaba oficialmente el concurso de acreedores de Sercom, cesando en su cargo a los administradores concursales. El grupo turístico anunciaba en junio de 2008 que se veía obligado a solicitar el concurso voluntario de acreedores, que no afectó a sus agencias.

Ourense quiere ser un 'destino de referencia'

La Sociedad Turismo de Ourense ha definido sus principales líneas de trabajo para 2009-2010 para lograr convertir a la capital ourensana en un destino de "referencia" y atraer a inversores. Así, su Consejo de administración ha mantenido su segunda reunión tras la constitución de la sociedad, donde ha aprobado un conjunto de proyectos para generar expectativas para la inversión.

APCE analiza el mejor posicionamiento de palacios

El VII Congreso de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) los días 17 y 18 de diciembre en Galicia abordará diferentes perspectivas del trabajo de los recintos asociados, congregando a los responsables de los principales recintos a nivel nacional. Se profundizará en la influencia positiva que tiene la mejora del posicionamiento de las ciudades en el panorama internacional.

El gasto de los turistas extranjeros en España cae un 8% en el mes de septiembre, con un total de 5.017 millones de euros

Cataluña y Madrid se desmarcan de la tendencia negativa del resto de Comunidades autónomas y registran aumentos del 5% y 8%

La entrada de menos turistas extranjeros en España propicia que el gasto total de los mismos disminuya en septiembre. En concreto, los visitantes internacionales han desembolsado

5.017 millones de euros, un 8,5% menos que en 2008. Sin embargo, tanto el gasto por turista como el gasto diario aumentan. Las principales potencias, como Reino Unido, Alema-

nia y Francia, experimentan considerables retracciones interanuales. Baleares es, un mes más, la primera Comunidad receptora de gasto, seguida de Cataluña y Andalucía.

Los turistas internacionales que han visitado España en septiembre han gastado 5.017 millones de euros, un 8,5% menos que en el mismo mes del año pasado. A pesar de esta caída, el gasto medio por turista se incrementa un 1,4%, alcanzando 978 euros, mientras que el gasto medio diario también aumenta cerca del 1%, hasta 102 euros, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET).

En los nueve primeros meses del año, el gasto total supera los 38.564 millones de euros, un 7,5% menos que en el mismo periodo de 2008. Hasta septiembre, el gasto por persona experimenta un crecimiento del 2,7% y el gasto diario se mantiene constante. Esto refleja que los turistas que han visitado España gastan más que el pasado ejercicio.

Por mercados emisores, cabe destacar en primer lugar que las principales potencias, como Reino

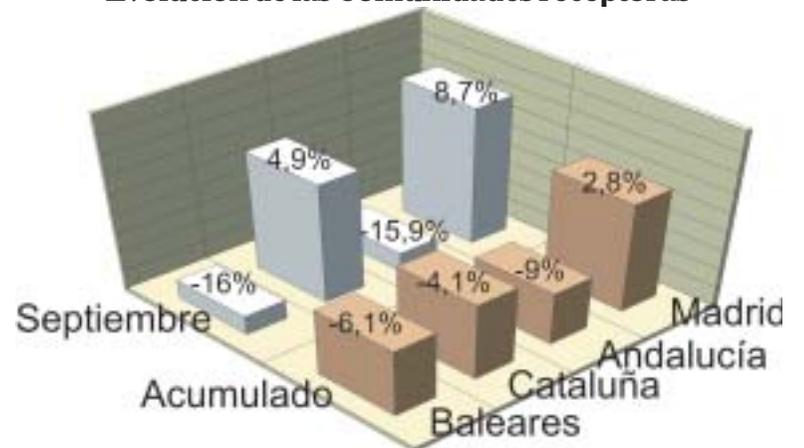
Unido, Alemania y Francia, experimentan considerables retracciones interanuales. En el caso del mercado británico, el más importante para el destino España, la variación negativa es del 19,5%, con 1.232 millones de euros. Tras Reino Unido aparece Alemania, cuyos turistas han desembolsado 940 millones de euros, un 11,2% menos que en septiembre de 2008. Es reseñable el aumento registrado en el gasto medio por persona de los turistas procedentes de Alemania, que se incrementa un 6%, superando los 1.000 euros.

A continuación aparecen Francia, Países Nórdicos e Italia, con 393, 268 y 245 millones de euros, respectivamente, y con caídas del 14,4%, 16,4% y 13%. Al margen de las cinco principales potencias, el resto de países emisores de turistas, que suponen un desembolso de 1.939 millones de euros, registran una evolución favorable del 5,8% en el mes analizado.

Baleares es, un mes más, la primera Comunidad receptora de gasto, seguida de Cataluña y Andalucía. En septiembre Baleares ha recibido 1.233 millones de euros, con una retracción del 16% a consecuencia del menor gasto de los turistas alemanes. Cataluña, segundo destino en importancia, aumenta el gasto total un 4,9%, con 1.071 millones de euros. Este incremento se debe al buen comportamiento de mercados no europeos.

Andalucía y Canarias, con 717 y 619 millones de euros, ven retroceder el gasto turístico un 15,7% y 19,5%, respectivamente. La Comunidad de Madrid sigue aumentando el volumen de gasto total recibido, de manera que en el mes de septiembre crece un 8,7%, con 506 millones de euros. La Comunidad Valenciana, con 424 millones de euros, experimenta una variación negativa del 17,5%, mientras que el resto de Comunidades autónomas obtie-

Evolución de las Comunidades receptoras



Fuente: Spain Convention Bureau (SCB).

© NEXOTUR

nen en septiembre 447 millones de euros, un 8,7% más que en 2008.

El gasto realizado por los turistas que han viajado sin 'paquete' turístico, el 68,4% del total, registra una disminución del 6,2% respecto

al mismo mes del ejercicio precedente. El gasto de los visitantes que optaron por un viaje organizado, con menor importancia en peso, desciende en mayor medida, concretamente un 13,0%.

¡ATENCIÓN!

AGENCIAS DE VIAJES

Descubra los nuevos programas promocionales que ofrece Best Western en sus hoteles de España y Portugal.

PROGRAMAS:

- SENIORS IBERIA
- JUNIORS IBERIA
- AUTO IBERIA
- Y MÁS...

Visite nuestra Web: www.bestwestern.es/agencias

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

El 70% de los europeos se preocupa por el precio

Reserva anticipada, estaciones de esquí menos conocidas y destinos de sol emergentes son para Avis las claves para las vacaciones de Navidad. La actual crisis económica ha provocado un cambio en los hábitos de consumo del turista, en el que destaca la preocupación por el precio. El 70% de los consumidores europeos reconoce que se preocupan más por la variable del precio al organizar un viaje.

Transforma y Fomento colaborarán en seguridad

El Patronato de la Fundación Laboral del Transporte por Carretera, Transforma, se ha reunido el pasado 27 con la secretaria de Estado de Transporte, Concepción Gutiérrez, y el director general de Transporte Terrestre, Juan Miguel Sánchez, con el objetivo de abrir una vía de colaboración. Entre otras, se ha propuesto la colaboración en el estudio y mejora de la seguridad en la circulación por carretera.

La crisis afecta a Cuenca como destino emergente

La directora del Cuenca Convention Bureau, Nieves Mohorte, explica la actual situación del Turismo de Reuniones en la ciudad y las previsiones de "recuperación" para el 2010. No obstante, señala que "la crisis afecta todavía más a destinos emergentes del Sector". Además, cree necesario un nuevo centro congresual. Para Mohorte, el primer semestre de 2009 "no ha sido bueno".

Benidorm estudia crear un palacio de congresos

El alcalde de Benidorm, Agustín Navarro, ha anunciado que el Gobierno municipal ha comenzado el estudio para la futura construcción de un palacio de congresos con capacidad para 4.000 personas. El objetivo es que la ciudad se consolide en el Mercado de las Reuniones como destino. "Queremos un recinto con gran capacidad para poder competir a nivel nacional", señala el edil.

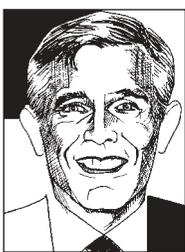
Europea de Seguros obtendrá en 2009 'los mejores resultados de su historia'

Mantiene su 'apoyo total a las agencias', aunque reclama más profesionalización

Europea de Seguros obtendrá en 2009 "los mejores resultados de su historia". Con esta contundencia se pronuncia el consejero delegado de la compañía, David Hernández,

asegurando que "estaremos cerca de la facturación de 2008 y hemos conseguido ser más eficientes y bajar nuestros gastos".

Tras un exitoso 2008, en el que Europea de Seguros facturó 48 millones de euros, mejorando con creces los resultados del ejercicio precedente, el 2009 se presenta una vez más como "un año muy bueno". Su consejero delegado, David Hernández, que se muestra "sorprendido



David Hernández

por los buenos resultados que estamos obteniendo, todo lo contrario a la línea general del mercado", asegura a NEXOTUR que "vamos a cerrar 2009 con los mejores resultados de nuestra historia". "Aunque no creo que vayamos a crecer mucho, en lo que respecta a resultados operativos y rentabilidad va a ser un año espectacular", subraya.

Las claves para mantener este buen ritmo son, según Hernández, "la di-

versificación del negocio, la internacionalización y la segmentación". Asimismo, la compañía de seguros también debe su éxito a su "mayor eficiencia y a la reducción de los gastos". En cuanto a su expansión internacional, cabe destacar, en primer lugar, el "exitoso desembarco" en Portugal y en México, mientras que la aseguradora tiene previsto dar el salto a Brasil en 2010. "El mercado español está saturado y es muy difícil obtener aquí los resultados espectaculares de crecimiento de los últimos años, por lo que hay que hacer cosas diferentes", argumenta el consejero delegado de Europea de Seguros.

Respecto al 2010, Hernández teme que "pueda ser el peor año de la crisis". "Seguramente hasta finales del

próximo ejercicio o principios de 2011 no veremos alguna luz, por lo que habrá que trabajar con mucho cuidado, haciendo las cosas muy bien y reconociendo que va a ser un año complicado", explica.

"Estamos encantados de trabajar con las agencias de viajes", indica Hernández. Si bien, pese a su "apoyo total" a este canal de distribución, el consejero delegado de Europea de Seguros opina que "deben mejorar, al igual que el resto de empresas dedicadas a la actividad turística". Hernández considera que "es necesario que se profesionalicen más y que den un mayor valor añadido al cliente". En esta línea, asegura que su compañía "estará siempre detrás de las agencias, apoyándoles al máximo", aunque reclama que "no despachen billetes, sino que se conviertan en consultores de viaje".

UCAVE apuesta por la internacionalización

La Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE) apuesta por la internacionalización de las pymes del Sector Turístico. La Asociación, que defiende "la necesidad de abrirse paso hacia otros mercados para crecer", recuerda que se "ha dirigido en alguna ocasión a la Dirección General de Turismo planteando ayudas para la internacionalización de las pymes, que suponen una parte importantísima del tejido económico catalán".

UCAVE lanzaba este mensaje tras su participación en la misión empresarial organizada por la Generalitat de Cataluña a Argelia. Según la Asociación presidida por Rafael Serra, "con este viaje se refuerza la opinión de que es necesario explorar los países emergentes, principalmente porque son lugares donde el mercado turístico aún tiene mucho recorrido y las primeras agencias que lleguen tendrán grandes oportunidades de establecimiento".

En el caso de Argelia, UCAVE considera que "es un destino tu-



El presidente de UCAVE, Rafael Serra.

rístico con grandes posibilidades turísticas donde las empresas catalanas pueden aportar su conocimiento, sus técnicas de comercialización e introducir las nuevas tecnologías. A raíz de este viaje se ha llegado a un acuerdo con el Ministerio de Turismo de Argelia para valorar la realización a medio plazo una misión comercial turística de intercambio.

El destino España se ve especialmente afectado por la crisis, por su gran dependencia de los mercados alemán e inglés

La solidez del Sector Turístico español permite ser 'optimistas' respecto a la relevancia que seguirá manteniendo

"El mercado interno turístico que constituye España se perfila, una vez más como solución o contrapartida a la crisis", asegura el director del Área de Turismo de IEDE Business

School de la Universidad Europea de Madrid, Ricardo García Viana. Nueve de cada diez españoles viajan dentro de las fronteras. "No cabe duda que el mercado interno se mantie-

ne en sus excelentes niveles que contribuyen cada año a la generación de empleo y redistribución de la renta", argumenta el director del Área de Turismo de IEDE Business.

"La crisis internacional ha afectado especialmente a España, ya que la dependencia que tiene nuestro Sector Turístico de países como Alemania o Reino Unido nos hace especialmente vulnerables a los cambios que se registren en dichos países", afirma el director del Área de Turismo de IEDE Business School de la Universidad Europea de Madrid, Ricardo García Viana. Así, "este año, la caída del mercado británico ha llegado al 16,2%, por lo que, considerando que uno de cada cuatro visitantes procede de las islas, la repercusión en el Turismo español es importante", explica.

No obstante, en su opinión, la solidez del Sector Turístico español y su



Ricardo García

recuperación tras periodos económicos similares al actual "permite albergar cierto optimismo respecto a la relevancia que seguirá manteniendo la industria turística en España". A esto une el hecho de que también mantendrá "su posicionamiento internacional, siempre en los primeros lugares en las estadísticas de visitantes e ingresos a nivel mundial".

A este respecto, recuerda que el "ingente mercado interno turístico que constituye España —casi nueve de cada diez españoles que viajan lo hacen dentro de nuestras fronteras— se perfila, una vez más como una de las soluciones o contrapartidas a la crisis". "No cabe duda que el merca-

do interno se mantiene en sus excelentes niveles que contribuyen cada año a la generación de empleo y redistribución de la renta", argumenta.

"La labor de empresarios y Administraciones se debe centrar en aprovechar este momento para salir reforzados de la crisis", afirma García Viana. Así, recomienda que "la formación puede y debe ocupar un lugar destacado en la estrategia de futuro de empresas y administraciones públicas en pos de dicha recuperación".

García considera fundamental la inversión en formación. "Un personal bien preparado es imprescindible para dar el toque de calidad que debemos ofrecer", destaca. "No hay que perder de vista que en los países emergentes como Brasil, por ejemplo, el servicio es impecable y los precios

muy asequibles", subraya. En ese sentido, advierte que son destinos como Turquía, Túnez o Croacia los que pueden suponer un mayor riesgo para recuperar la cuota turística española, por ser actualmente su principal competencia al ofrecer un servicio de calidad a un precio más asequible.

Pero también da importancia a la inversión en nuevas tecnologías. Las posibilidades que ofrece Internet se están ampliando considerablemente en el Sector Turístico. Así, en la actualidad, además de las simples páginas web, se pueden consultar en la Red la información turística mediante el geoposicionamiento, que ya aplican algunas Comunidades y provincias, una de las aplicaciones del mundo online más novedosas que se están llevando a cabo en el Sector actualmen-

te. Esta tecnología permite acceder a todo tipo de contenidos —no sólo texto sino también vídeos, imágenes, podcasts, etc.—, pinchando sobre el mapa de la ciudad o el municipio.

Con la penetración de las nuevas tecnologías y especialmente de Internet, el director del Área de Turismo de IEDE Business School de la Universidad Europea de Madrid, asegura que "el hotel, casa rural o restaurante que no tiene página, sencillamente no existe para una parte importantísima del Turismo". "Las nuevas tecnologías sin duda pueden ser determinantes para que una persona decida contratar directamente servicios como una habitación en un hotel o un vuelo, por lo que es imprescindible que las web estén actualizadas y ofrezcan información de calidad", añade.

Hoteles de calidad en parte de Europa y África



El Grupo Corinthia presenta en su *web* la información sobre el Grupo y sus hoteles de calidad, diseñados según las características culturales de la ciudad en la que están situados, así como la gestión de reservas, válida sólo para el cliente final.

Transporte terrestre en varias zonas turísticas



Ultramar Express Transport presenta una página en Internet en la que únicamente ofrece una descripción muy general de la empresa y sus servicios, flota y destinos, pero sin ninguna información de tarifas ni gestión de reservas.

Intercambio y alquiler de casas de vacaciones



Intervacaciones es una central especializada en el alquiler y el intercambio, entre usuarios y propietarios registrados, de alojamientos de vacaciones en múltiples países, mediante la intercomunicación con los propietarios, pero sin gestión de reservas.

Información oficial sobre el Turismo en Jordania



La Oficina de Turismo de Jordania ofrece en su 'sitio' *web* la información sobre los principales atractivos que puede encontrar un viajero en el país, así como la relación y el acceso a la página de sus alojamientos, restaurantes y turoperadores.



'Web' desarrollada por Air France KLM para Global Meetings.

Air France KLM lanza en España una herramienta para reservas de OPC

Air France KLM lanza en España Global Meetings, una herramienta para las reservas de vuelos de los organizadores de ferias y congresos. Entre las ventajas, los descuentos de hasta el 10% y condiciones especiales aplicables al evento.

Las OPC deben registrar el encuentro en la *web*. "Se ofrece la solución más completa para el transporte aéreo de pasajeros individuales en ferias y congresos", señala el director de Ventas de Air France KLM España, Sylvain Grados.

Edreams amplía su presencia a nuevos mercados como Australia, Brasil y Canadá

La agencia 'online' ya opera en España, Italia, Francia, Portugal, Alemania y Reino Unido

Australia, Brasil, Canadá, Chile, India, Perú, Suiza y Estados Unidos son los nuevos mercados a los que se ha abierto Edreams. Estos ocho países se suman a los que la agencia de viajes *online* ya opera como España, Italia, Francia, Portugal, Alemania, Reino Unido y el mercado internacional de habla inglesa.



Javier Pérez-Tenessa

Para su con sejero delegado, Javier Pérez-Tenessa, "ampliar el negocio a nuevos países supone un

gran reto para la compañía y diferenciarnos de otras agencias con enfoque fundamentalmente local". Como destaca Pérez-Tenessa, "gracias a nuestra presencia internacional podemos optimizar aún más los precios de los vuelos y hoteles que ofrecemos a todos nuestros usuarios, con lo que nuestros clientes de España se están viendo también muy beneficiados por nuestro crecimiento Internacional."

Como explican desde la agencia de viajes *online* "la apuesta constante por la innovación convierte a Edreams en una agencia innovadora y pionera en desarrollos tecnológicos". Así, la agencia *online* afirma que incorpora de media más de 100 mejoras técnicas a la página *web* cada mes, "con el fin de garantizar a los usuarios los mejores precios". Estas herramientas y desarrollos se centran, sobre todo, en mejoras en el proceso de búsqueda, reserva, cobro, facturación y control post-venta.

Intelitur aboga por productos de 'mayor valor añadido' y aprovechar las tecnologías

El Centro de Conocimiento, Innovación e Inteligencia Turística (Intelitur), copresidido por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y el presidente del Consejo de Cámaras, Javier Gómez-Navarro, resalta que el Turismo debe ofrecer productos de "mayor valor añadido". Para ello, además, debe aprovechar las nuevas tecnologías.

El comité de expertos del centro ha celebrado un encuentro en la sede de las Cámaras con el objetivo de fijar las principales líneas de actuación en materia de conocimiento y desarrollo

tecnológico para mejorar la competitividad del Sector. Entre las iniciativas puestas en marcha por Intelitur, el director de Intelitur, Antoni Costa ha destacado el Plan de Comunicación Global, que incluye la celebración de 20 foros sobre el sector en todo el territorio nacional. En esta línea, el director del centro se ha referido al lanzamiento del proyecto de inteligencia de mercados, que analiza la situación del Turismo en los seis principales mercados emisores de España y los pasos a seguir en materia de innovación y transferencia tecnológica.

Durante la reunión Mesquida ha recordado que "la industria turística supone el 11% del Producto Interior Bruto (PIB) español, emplea a dos millones de personas y está enfrentando mejor que el resto de sectores la actual crisis económica". Por su parte, el presidente de las Cámaras, Gómez-Navarro, señala que en un momento como el actual en el que existe un "exceso de oferta" es necesario tratar el Turismo como una actividad de "gran mercado". Por ello, insiste en la importancia de ofrecer nuevos productos con un mayor valor añadido.

Easyjet crea una 'web' sobre esquí que permite reservar

La aerolínea de 'bajo coste' Easyjet ha creado www.ski.easyjet.com, un 'portal' sobre el mundo del esquí en el que se podrán realizar reservas de todo tipo de servicios relacionados con este deporte, desde los alojamientos hasta el alquiler de equipamiento. B2B Ski será el proveedor de los servicios de esquí comercializados en la página *web*.

B2B Ski, que ha firmado un contrato de tres años con la aerolínea de 'bajo coste', es una de las más importantes páginas *web*

sobre esquí que existen en el Reino Unido. El director Estratégico de Acuerdos de Viajes de Easyjet, Louise Marples, explica que "el mercado de las vacaciones de deportes de invierno está creciendo muy rápidamente".

"Así, estos consumidores se pueden beneficiar de la amplia gama de servicios y productos que ahora les ofrece Easyjet, dándoles la oportunidad de que éstos se pongan los guantes de esquí muchas más veces este invierno", añade Marples.

La airberlin Counter Card – ¡Te premia!



¡Colabora con nosotros y consigue vuelos gratis!

- + Con 10.000 € mín. anuales en volumen de ventas de tu agencia, tú y un acompañante disfrutaréis de un 50 % de descuento en vuelos para el próximo año.
- + Con 50.000 € mín. anuales en volumen de ventas, volarás gratis el próximo año con la Counter Card Advanced.
- + ¡Y muchas más ventajas!

Más información en agencias@airberlin.com
Tfno: 971 44 66 66 y en partner.airberlin.com





airberlin
Your Airline.



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



*Martes, 19 de Enero del 2010
Auditorio del Centro de Convenciones. Feria de Madrid
Parque Ferial Juan Carlos I. Madrid (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



Most r a d o r

Finnair inaugura vuelos diarios a Delhi vía Helsinki

Finnair ha aumentado sus frecuencias de vuelo a Delhi y ya vuela diariamente a la capital de la India vía Helsinki. De esta forma, la aerolínea ofrece una ruta rápida a Asia por el norte de Europa, con una duración de vuelo a Delhi de seis horas y 30 minutos.

La compañía aérea vuela a nueve destinos en Asia: Pekín, Shanghai, Hong Kong, Tokyo, Osaka, Nagoya, Delhi, Seúl y Bangkok. Las últimas ofertas de la desde España a Asia ofrecen precios como Pekín y Shanghai desde 575 euros, Delhi desde 580 euros, Hong Kong desde 674 euros o Tokyo desde 707 euros.

✉ www.finnair.es

Costa Cruceros premia a sus clientes más fieles con la nueva categoría Gold Pearl

El socio de la crucerista tiene que haber realizado al menos tres cruceros en los últimos 36 meses

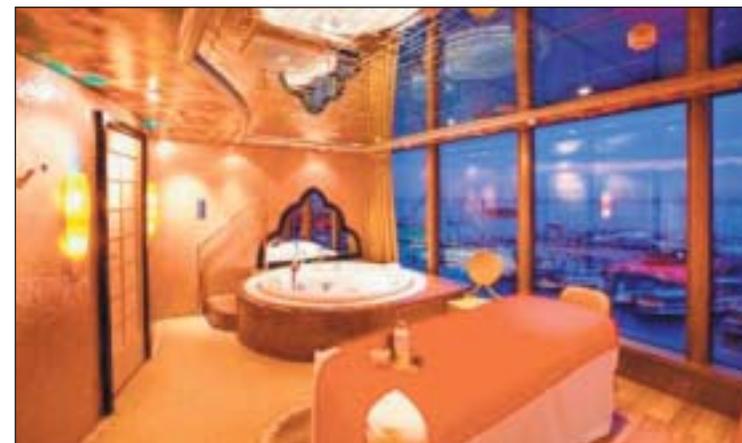
Costa Cruceros quiere premiar a sus socios más fieles y exigentes con una nueva categoría dentro del CostaClub: la Gold Pearl. Este nuevo nivel ofrece privilegios que se añaden a la categoría inmediatamente por debajo, la Pearl.

Con la Gold Pearl los socios tendrán accesorios especiales en su camarote, un bono de 30 euros para el spa de a bordo y otro del mismo importe para el casino y un vale por 15 euros para gastar en la tienda de fotografía del barco. Además, en las salidas Privilegio, los socios podrán disfrutar de un descuento 17% que se añadirá al Frequent Guest del 5%.

Es un descuento válido para salidas entre julio y noviembre de 2010 y en las nuevas todavía no comuni-

cadadas y marcadas con la palabra nuevo en el catálogo. Para que un socio del CostaClub pueda adquirir esta categoría, tiene que tener 13.001 puntos y haber realizado al menos tres cruceros en los últimos 36 meses. Asimismo, para mantenerla es necesario que realice este número de cruceros durante los siguientes 36 meses. Si no es así, se vuelve a la categoría Pearl, aunque se mantienen los puntos acumulados.

✉ www.costacruceros.es



Samsara Spa del Costa Luminosa.

Vueling estrena tres nuevas rutas para esta temporada de invierno

Vueling ha lanzado tres nuevas rutas e incrementa la frecuencia de sus principales rutas de negocio durante la temporada de invierno. La aerolínea conectará Málaga con Tenerife, Valencia con Gran Canaria y Sevilla con Casablanca. La ruta Sevilla-Casablanca será la tercera que la aerolínea operará a Marruecos, ya que tras la fusión con Clickair, pasó a conectar Barcelona con Marrakech y Casablanca.

La ampliación de conexiones con las Islas Canarias, se debe, como explican desde la compañía aérea, a la buena acogida de la misma es dicho destino. Por su parte, la nueva ruta desde Sevilla, corresponde a su estrategia de consolidar su liderazgo en el aeropuerto de San Pablo, donde cuenta con una cuota de mercado superior al 35%.



Avión de Vueling.

Respecto a su apuesta por el pasajero profesional, Vueling incrementa las frecuencias en sus siete principales rutas de negocio. Así, Barcelona-Madrid contará con hasta 12 vuelos diarios en cada sentido, y Barcelona-París y el Barcelona-Sevilla, con siete.

✉ www.vueling.es

Pierre & Vacances publica catálogo de City Breaks en ciudades europeas

El grupo oferta una treintena de apartahoteles completamente equipados

El Grupo Pierre & Vacances ha presentado su nuevo catálogo de invierno 2009/10 para disfrutar de una escapada urbana en familia y con amigos en las capitales más emblemáticas de Europa. El Grupo, a través de su marca Adagio City Aparthotel, propone una completa selección de 29 apartahoteles en el centro de las principales ciudades de Europa.

Por ejemplo, en el centro de París, destaca el Adagio París Tour Eiffel, con estudios de alto *standing* para dos personas hasta apartamentos para seis personas, todos ellos con magníficas vistas panorámicas. También en la ciudad de las luces, se encuen-

tra el Adagio Val d'Europe, situado a las puertas de Disneyland Resort París. Desde 60 euros la noche en un estudio para tres personas, el apartotel se inspira en el modelo de un palacete, con apartamentos distribuidos alrededor de dos patios interiores.

En Berlín, cuenta con una nueva incorporación, el Adagio Berlin Kurfürstendamm, un apartotel situado en el centro de Berlín Occidental, en la conocida zona de Charlottenburg. Desde 78 euros la noche en un estudio para dos personas, el complejo se encuentra próximo al conocido Ku'Damm.

✉ www.pv-vacaciones.com



Habitación del Adagio Paris Tour Eiffel.

Quixote Turismo lanza folleto de Caminos del Vino, La ruta del Vinio de la Mancha

Quixote Turismo es la encargada a partir de ahora de la comercialización de Caminos del Vino, la Ruta del Vino de La Mancha. Para llevarla a cabo, ha creado un folleto informativo sobre la ruta con diferentes 'paquetes' turísticos de una, dos y tres noches de alojamiento, así como de un día que incluyen itinerarios guiados y visitas a bodegas, entre otras prestaciones. El itinerario de Caminos del Vino, La Ruta del Vino de la Mancha recorre ocho municipios (Alcázar de San Juan, Campo de Criptana, Pedro Muñoz, Socuéllamos, Tomelloso, Villarrobleto, El Toboso y San Clemente).

✉ www.caminosdelvino.org



Campo de Criptana es una de las localidades de la Ruta del Vino de La Mancha.

CONCIERTO FIN DE AÑO
30/12/09 - 03/01/10

VIENA

DISPONEMOS DE LAS MEJORES ENTRADAS

www.musicajuntos.com - 902 198 336

FIN DE AÑO 2009-2010

SÓLO PARA 90 Afortunados Pasajeros

Sea Cloud

CUBA AL ENCUENTRO DE LA MÚSICA CLÁSICA
26/12/09 - 03/01/10

■ Club NEXOTUR

Rebajas de hasta el 30% en el Hotel Beatriz de Toledo

El Hotel Beatriz de Toledo ofrece una promoción especial para miembros del Club NEXOTUR. El

establecimiento baja los precios un 30% a éstos y un 15% a sus acompañantes. Esta oferta, sujeta a la dis-

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 22**

ponibilidad del hotel, incluye todas las fechas a excepción de Semana Santa, Corpus y Fin de Año.

Para ampliar la información sobre esta promoción puede llamar al número de teléfono 925 26 91 00.

■ Fam Trip



Cerca de 750 agentes de Cataluña y Baleares han conocido la oferta andaluza.

Andalucía muestra toda su oferta

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ha reunido a alrededor de 750 agentes de viajes en las jornadas profesionales desarrolladas en Baleares y Cataluña. El objetivo de estos encuentros, en los que han participado 45 empresas andaluzas, es presentar al Sector Turístico de ambas Comunidades la oferta del destino andaluz.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 9 de noviembre

Maribel Carreras, V. Iberplan, Cerdanyuola del Vallés; Inmaculada Fuentes, Távara V. y Congresos, Villamanrique de la Condesa; Lola Rojas, V. Ibermar, Madrid; Elena Fernández, Transpireneo, Colmenar.

§ 10 de noviembre

Vicente Marín, V. Dondequieras, Valencia; Elena Gutiérrez, V. Aznaltour, Aznalcázar; Salvador Martínez, V. Agora, Almería; Juan Delgado Moyano, V. Rosaleda, Málaga; Eva Barja, V. Sagitur, Pinto; Susana Calle, V. Rico, Puerto de Santa María; Ángeles Pastor, V. Montesol, Barcelona.

§ 11 de noviembre

Mar Diez, Iberitalia, Madrid; Francisco Pérez, V. Dinamar, Ceuta; Manuel Zurdo, V. Sin Límite, Leganés; Kenia Karina, V. Imperio, Madrid; Andrés Vaquero, V. Halcón, Segovia; Guillermo Fuster, I.T. Travel, Barcelona; Julián Yusta, V. Manjón, Madrid; Javier Jorcano, V. Anayet, Zaragoza; Juan M. Canal García, V. Altair, Santander; Raquel Ramírez, V. Ortuño, Cartagena; Laura Molinos, V. Oda,

Burgos; Luisa Salas, Aventurismo, Barcelona; Lluís Soler, Avui Viatges, Sabadell; Verónica Cabanillas, V. Halcón, Elda; Iván de la Fuente, V. Barceló, Avilés; Ivana Garrote, V. Madrás, Barcelona; Javier Robledillo, Acacia Tour, Girona.

§ 12 de noviembre

Raquel Blanco, V. Vibur, Burgos; Miguel Jiménez Leal, V. SGO, Madrid; Almudena Cocera, V. Alcatour, Fuenlabrada; Beatriz Escobar, V. Esgotour, Torrijos; Raquel Blanco, V. Viabur, Burgos; M^a Belén Poveda, V. Iberia, Elche; Gema González, V. Batmantours, Madrid.

§ 13 de noviembre

Fernando Arregui, V. Ecuador, Valdemoro; Belén Añorga, V. Navarra, Pamplona; Rufino Porrero, Oisa, Madrid; Jaime Borau Calero, J&S Incentius, Barcelona; Fernando Barco Villanueva, V. Iberia, Logroño; Gotzone Loinas, V. Eguzki, Rentaría; Raquel Atienza, Mikami Travel, Madrid; Juan Antonio Iglesias, Club de V. Alcampo-Ge, Getafe; Gema Carretero, V. Ibermar, Torrent; Esther de la Vega, V. Arium, Tarragona.

§ 14 de noviembre

M. Cecilia Ortiz, V. Almeida, Barcelona; Alberto Batiste, Viatges Elite, Calella; Rosa Batet, Viatges Mestres, Reus; Juan Magallón, V. Euroexpress, Pamplona; Juan Arguallada, V. Janeiro, Madrid; Miguel Antonio Senara, V. Sti, Mallorca; José Parra, V. Emerita, Mérida; M^a José Carreño, V. Aldemur, Alhama de Murcia; Alfonso Burrillo, V. Saucó, Zaragoza; Virginia Gosalve, V. Gheisa, Valencia; Sandra Previ, V. San Luis, San Luis.

§ 15 de noviembre

Alberto Parra, V. Reysan, Valladolid; Fernando Laguía, V. Exitur, Teruel; Carmen Comejo, V. Halcón, Jerez de la Frontera; Carlos Felipe González, V. Puerta de Sevilla, Carmona; Faustino Vega, V. Clarín Fruela, Oviedo; Victoria De Lucas, V. Vimantour, Madrid; Fernando Laguna, V. Exitur, Teruel; José A. Parra, Reysan, Valladolid; Lina Moss, V. Novair, Puerto Pollensa; Ana M^a Herrera, V. Jocha, Collado Villalba; Marta Zurillaga, V. Todomundo, Zaragoza; Marta Zubillaga, V. Tívoli, Zaragoza; Izaskun Gil Izquierdo, V. Plazaola, Pamplona; Deborah Posa, V. Safa Travel, Alagonos.

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

Salzburgoland diseña diferentes 'paquetes' para disfrutar de la región este invierno

La región de Salzburgo cuenta con una serie de 'paquetes' vacacionales para disfrutar de la región austriaca en invierno. Muchos de ellos incluyen el alquiler del material y el curso de esquí de forma gratuita, precios reducidos para las ofertas 'Ponte en forma en la nieve' o la entrada gratuita a las piscinas cubiertas o a las fortalezas y castillos de la zona. Además, cuenta con ofertas especiales para los

que visiten la región fuera de la temporada alta o en Navidad.

Entre otros, destaca el 'paquete' Lungau a partir de 273 euros en pensión con desayuno, con el que se puede disfrutar de los 140 kilómetros de pista de esquí a un precio económico. Dentro de las ofertas de 'Último minuto' para tres días, se encuentra 'Región Zell am See-Kaprun: Nieve excelente', que con

alojamiento y desayuno, se encuentra desde 180 euros. Siete noches por 435 euros a principios de temporada o en Navidad es la propuesta para disfrutar de Obertauern.

Pero la región de Salzburgo también cuenta con una oferta de 'Vía culinaria' con siete rutas por toda la zona para disfrutar de la gastronomía de la región.

✉ www.vacaciones.salzburgerland.com



Salzburg es la cuarta ciudad de Austria.

©TVB Innsbruck



Vinoterapia en el Hotel Art de Barcelona.

El Hotel Arts propone un ritual de vinoterapia

Desde su *spa*, situado a más de 100 metros de altura y con unas espectaculares vistas al mar, el Hotel Arts propone recuperarse después de las vacaciones con un nuevo tratamiento de exfoliación, relajación, anti estrés y antioxidante a base de vino y uva, el Wine Therapy Ritual. El vino posee una fuerte base de vitaminas A, C y B ligadas a la longevidad, que activan la respiración celular y son una importante fuente de energía.

El Spa Six Senses del Hotel Arts de Barcelona con el tratamiento Wine Therapy Ritual utiliza la uva como único ingrediente curativo en su completo tratamiento para limpiar el cutis y purificar el cuerpo.

El ritual incluye cuatro tratamientos: exfoliación corporal con semilla de uva (30 minutos), envoltura corporal en vino rojo (30 minutos), masaje terapéutico a base de vino (50 minutos) y antioxidante facial al vino (50 minutos). El tratamiento, de 550 euros, incluye además una sesión de sauna inicial, zumo de uva al finalizar, Thai Chi y meditación durante el ritual para maximizar el poder antioxidante.

El cliente del establecimiento puede disfrutar además de una degustación en el restaurante Enoteca del Hotel Arts de Barcelona, con maridaje de vinos, por 86 euros (+ 7% de IVA).

✉ www.hotelartsbarcelona.com

30 años Comprometidos con el Turismo

20-24 enero
www.fituronline.com

ORGANIZA

IFEMA
Feria de Madrid

TU ENCUENTRO

Patrocinador

Patrocinador

IFEMA

LINEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA: 902 22 70 70

INFOIFEMA: 902 22 70 70

LLAMADAS INTERNACIONALES: (34) 91 722 30 00

FAX: (34) 91 722 57 07

IFEMA: PwG de Madrid
28042 Madrid
España / Spain

fituronline.es

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
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% 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
GRUPO NATURA	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
GUAMA	Descuento del 30% 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
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento 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
ACCOR HOTELES	Hasta 75% de descuento 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
HOTASA HOTELES	50% de descuento 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
BEST WESTERN	50% de descuento 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
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento 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
HOTELES MONTE	50% de descuento 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
HOTELES SIDI	70 euros/noche 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
HUSA HOTELES	45% de descuento 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
OCA HOTELS	50% de descuento 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
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% 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
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Válido 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
AVIS	5% de descuento 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
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% 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
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% 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
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento 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
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	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
EUROPEA DE SEGUROS	85% de descuento 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

Hot el er ia

Las pernoctaciones caen en España más de un 6% en septiembre, pero menos que en el mismo mes de 2008

Es el quinto mes consecutivo en el que las tasas interanuales son negativas desde el 'respiro' de abril

Los establecimientos hoteleros de nuestro país han registrado un total de 27,5 millones de pernoctaciones en septiembre, lo que supone un

descenso del 6,6% respecto al mismo mes del año pasado, según los datos que ha proporcionado el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Al elegir destino, los turistas se han decantado mayoritariamente por las Islas Baleares, que acaparó un 37% de las pernoctaciones totales.

El informe elaborado por el instituto de estadística señala que los viajeros residentes en España disminuyeron sus pernoctaciones en un 3,2% el mes pasado respecto a septiembre de 2008, mientras que entre los no residentes este valor descendió un 8,8%.

En lo que respecta a los principales destinos elegidos por los turistas de nuestro país, Andalucía, la Comunidad Valenciana y Cataluña ocupan los primeros lugares en la lista y sólo la primera de ellas registró menos pernoctaciones que en septiembre del año pasado, concretamente un 5,9% menos. Los hoteles de la Comunidad Valenciana y Cataluña, por su parte, acogieron a un 0,6% y 7,3% más de viajeros residentes, respectivamente.

En cuanto a los principales mercados emisores para nuestro país, británicos y alemanes registraron 9,5 millones de pernoctaciones el mes pasado, lo que supone el

57,1% del total de los no residentes. En este sentido, el mercado británico experimentó un descenso de las pernoctaciones del 8,9%, mientras que el alemán cayó un 11,7%.

A continuación, Francia, Italia y los Países Bajos son los que más turistas aportaron a nuestro país, aunque con tasas interanuales también negativas del 4,3%, 19,7% y 0,4%, respectivamente.

Los precios bajan

A la hora de elegir el destino, estos turistas se decantaron mayoritariamente por las Islas Baleares, que acaparó un 37% de las pernoctaciones totales de estos viajeros, aunque con un descenso del 8,1% respecto a septiembre del año pasado. Le siguen Cataluña, con una tasa interanual negativa del 5,9%, y Canarias, con un retroceso del 12,5%.

Por otro lado, el informe del INE revela que el descenso interanual de



La mayoría de las pernoctaciones, un 37%, se han realizado en Islas Baleares.

los precios hoteleros en septiembre fue del 6,8%, un valor 8,4 puntos por debajo de la tasa interanual que se registró en el mismo mes de 2008.

En cuanto al Índice de Ingresos Hoteleros (IHH), este valor registró un descenso interanual del 5,4% duran-

te el mes pasado, lo que supone 8,2 puntos por debajo del que se registró hace un año. Finalmente, el estudio del organismo estatal recoge que la estancia media bajó un 0,3% respecto a septiembre de 2008, situándose en 3,5 días por viajero.

Los hoteleros prevén terminar el año con una pérdida de rentabilidad del 15%

Los hoteleros españoles prevén cerrar 2009 con una pérdida de rentabilidad del 15% por la contención de costes y la caída de los precios. La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha precisado que, pese a que se aprecia una "cierta recuperación", ésta "no tendrá apenas incidencia". Subraya que, a tenor de los datos del Observatorio de la Industria Hotelera elaborado junto a PricewaterHouseCoopers, aunque la percepción de la rentabilidad "evoluciona ligeramente", sigue siendo "negativa" y supone una "gran preocupación" para el Sector, pese a que la confianza para lo que queda del año mejora un 45%.

Con respecto al precio medio por habitación, el 43% de los empresarios admite que "no podrán mantener las tarifas ni al nivel de la inflación", mientras que otro 43% prevé incrementarlas entre un 2% y un 5%. En este contexto de caída de precios generalizado, el 86% considera que el nivel de ingresos, que ha caído entre un 6% y un 11%, no se recuperará en lo que queda de año. Por el contrario, las pernoctaciones se mantienen, con una mejor respuesta de las estancias cortas —de tres a cinco días—, que beneficia a Asturias, Cantabria, el País Vasco, Navarra y Cataluña. Pero hay

ciudades que, por su "patente sobreoferta" y un "crecimiento descompensado", lo están "pasando mal", como Zaragoza o Valencia tras la celebración de la Expo y la Copa de América, tal y como se recoge en el estudio.

De cara a 2010, el nivel de contratación será "igual o algo mejor", según los datos de reservas a través de operadores, con "ligeras mejoras" en el mercado alemán y francés con respecto al británico, "que sigue igual de mal", tal y como ha añadido el presidente de CEHAT. Respecto a la evolución del empleo en el Turismo, que da trabajo a 1,5 millones de personas, Molas ha recordado que la contratación en el segmento hotelero se ha recortado "entre un 10% y un 12%" en lo que va de año, lo que suponen 70.000 empleos menos. Por ello, ha insistido en que se lleve a cabo una reforma laboral "urgente y específica" para el sector servicios y, más concretamente, para el hotelero. Asimismo, Molas ha apuntado que se vería "con buenos ojos" un Plan Renove 2010 con la "máxima dotación posible", dado el éxito de esta línea de crédito y ha abogado por una "mayor cooperación entre la Administración central y las Comunidades" en materia de promoción en nuevos mercados emergentes como China o la India.

La crisis del sector hotelero provoca un descenso de los precios de hasta el 12%

La crisis del sector ha motivado que, en lo que va de año, la mayoría de los hoteles hayan bajado sus precios, de tal forma que los de cinco estrellas han rebajado sus tarifas hasta en un 12,4%. Igualmente, se han abierto menos hoteles y se han paralizado "numerosos proyectos", según BNP Paribas Real Estate (BNPPRE). La división inmobiliaria del grupo de servicios financieros BNP Paribas ha explicado que la política de precios está siendo "crucial" en el nuevo escenario de cambio de ciclo, ya que al esfuerzo por contener las tarifas que se dio en 2008, se están sumando los descensos generalizados de la primera mitad de 2009, "con recortes superiores al 10% en algunos casos".

Así, los establecimientos de cinco estrellas han rebajado sus tarifas en un 12,4% frente al descenso del 8,5% que se produjo en 2008, mientras que los de cuatro y tres estrellas han registrado un descenso del 6,8% y 6,2%, respectivamente.

Además, el informe subraya que durante 2009 ha continuado el descenso en el número de aperturas de hoteles que comenzó en 2008 y se han retrasado "numerosos proyectos". Al respecto, el presidente de BNPPRE en España, Luis Martín,

ha explicado que se debe principalmente a la "falta de financiación, las dificultades de las promotoras y las bajas expectativas del Sector, que genera incertidumbres".

El cambio de ciclo está provocando que los hoteles independientes cedan su gestión a grandes cadenas, que han reorientado su modelo de negocio para seguir una estrategia "centrada en la gestión y las franquicias, al igual que las firmas internacionales de referencia", tal y como se indica en el informe de BNPPRE. Así, los contratos de alquiler fijos "no son prioritarios" y determinadas cadenas "han abandonado incluso la propiedad de alguno de sus establecimientos para centrarse mejor en su negocio de gestión y continuar creciendo".

En este contexto, Martín destaca que crecen las oportunidades para las cadenas de 'bajo coste', cuyo modelo, aunque estaba enfocado inicialmente a los turistas de ocio, se va a ampliar también a los clientes de negocio. "Sin embargo, las categorías que mejor están resistiendo la caída de las pernoctaciones son las de tres y cuatro estrellas, que también se han beneficiado de una mayor estancia media respecto a otros segmentos", concluye.

■ Producto

NH inaugura el Gran Hotel Convento di Amalfi en un monasterio del siglo XII

NH Hoteles ha inaugurado el Gran Hotel Convento di Amalfi en Italia, ubicado en un monasterio del siglo XII que ha sido rehabilitado. Con esta operación la cadena "refuerza su posición en Italia", donde cuenta con 66 establecimientos y más de 8.000 habitaciones. El establecimiento, que pertenece a la categoría NH Collection, tiene cinco estrellas y dispone de 53 habitaciones y *suites* con la oferta "más exclusiva" de la marca, según la compañía hotelera.

Domus Hoteles gestionará el Hotel Almanzor de dos estrellas de Ciudad Real

Domus Hoteles ha asumido la gestión del Hotel Almanzor de Ciudad Real. El acuerdo con el propietario del establecimiento supone el mantenimiento de la actividad, tanto del hotel como de su cafetería y restaurante, además de los salones de reuniones y banquetes. El Hotel Almanzor, de dos estrellas, se dirige principalmente al cliente de negocios y cuenta con 62 habitaciones, cafetería y salones para reuniones.

El Hotel AC Baqueira de cinco estrellas reabre sus puertas el 29 de noviembre

El próximo 29 de noviembre, el Hotel & Spa AC Baqueira volverá a abrir sus puertas. El establecimiento hotelero tiene una categoría de cinco estrellas y está situado en la cota 1.500 de Val de Ruda, junto a las nuevas instalaciones de la estación de esquí. Entre las diferentes instalaciones del establecimiento, dispone de una tienda de equipamiento deportivo, alquiler de *skis* de alta gama y una escuela de *ski*, Cuylás School.

Pierre & Vacances registra una facturación de 1.451 millones de euros en su ejercicio fiscal

El grupo francés Pierre & Vacances alcanzó durante el ejercicio 2008-2009 una facturación de 1.451 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 1,9% en comparación con el año anterior. Al respecto, la compañía ha destacado que estos resultados demuestran una "excelente resistencia en un contexto de crisis".



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

Los establecimientos hoteleros de lujo españoles iniciarán su recuperación en el segundo semestre del próximo año

Los hoteles de lujo comenzarán a salir de la crisis en el segundo semestre de 2010, según el barómetro de octubre del 'portal' Experienciamas.com a partir de las opiniones de directivos y profesionales de hoteles exclusivos, lujosos y con encanto de España. Experienciamas.com ha explicado que la primera consecuencia de esta recuperación se verá en los precios, ya que una "mayoría significativa" de

los hoteles encuestados no van a incrementar sus ofertas de tarifas en otoño. Se trata así de un cambio de tendencia "significativo" después de "meses de incertidumbre y recortes en los precios", aunque todavía no se va a dar de forma generalizada y no afectará por igual a todos.

Sin embargo, precisa que este camino "no estará exento de complicaciones y no será igual para todos los

hoteles" ya que, hasta la recuperación definitiva, se producirá un "proceso de diferenciación" en el que las promociones y 'paquetes' de los servicios que se ofrecen en los hoteles de lujo marcarán las exigencias de un cliente "cada vez más marcado por la excelencia, la motivación en sus viajes y una relación calidad-precio".

Además, los empresarios del segmento de los hoteles de lujo prevén

un otoño de 2009 "aceptable" en cuanto a su volumen de negocio, a pesar de la caída del Turismo, la baja ocupación, el "incremento desmesurado de la planta hotelera", la entrada de cadenas internacionales y el desafío de los nuevos destinos internacionales.

Según Experienciamas.com, la recuperación será sostenida en un primer momento por el "impulso de los mercados internacionales" y de

países como el Reino Unido, Francia o Alemania, además de por el aumento de la renta real de los consumidores potenciales. Ante esta cuestión, los directivos de hoteles de lujo españoles han manifestado "ampliamente" en el barómetro que van a buscar nuevos nichos de mercado para incrementar ventas en los próximos meses y van a dar más importancia a la venta por Internet.

Hoteleros de Castilla y León piden ayudas para el Sector

La Federación de Empresarios Hosteleros y de Turismo de Castilla y León ha reclamado ayudas para el sector y han pedido que se reconozcan todos los caminos a Santiago de Compostela que pasan por la Comunidad autónoma, una cuestión "fundamental" para el Xacobeo 2010. El secretario de la federación, Óscar Somoza, ha hecho estas peticiones tras una reunión con el Grupo Socialista en las Cortes de Castilla y León. Somoza ha explicado que hay un "enorme" recurso turístico que no está adecuadamente reconocido y que necesita estarlo de cara al futuro, para lo cual es "fundamental" el año Xacobeo.

Además, el representante hotelero ha señalado que la federación está "absolutamente de acuerdo" con los planteamientos del Plan Renove y ha asegurado que ahora es "cuando más necesitamos ayudas, aunque desafortunadamente no se hayan aprobado".

Puerto de la Cruz pierde casi dos millones de pernотaciones

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) se ha reunido para analizar la situación turística del municipio de Puerto de la Cruz entre los años 2000 y 2009 y ha destacado que en este periodo se han perdido "cerca de 1,8 millones de pernотaciones".

La asociación ha presentado además una serie de medidas para la dinamización del Puerto de la Cruz como destino turístico, que se presentarán "en breve" al Ayuntamiento para ponerlas en marcha y entre las que se incluyen actuaciones relacionadas con la promoción, el desarrollo turístico, las infraestructuras y la renovación hotelera y comercial. Además, la asociación canaria ha precisado que la ocupación media para este año se situará entre el 52% y el 55%, una cifra que "diste mucho de los estándares de rentabilidad internacional hotelera", que se establecen en un ocupación media del 70%.

¡ES HORA DE CAMBIAR!

24 11 09
DIA MES AÑO

FALTAN 2 SEMANAS

www.eshoradecambiar.es

24/11/2009

Class | Clase: FIRST CLASS
Date | Fecha: NOVEMBER
Time | Hora: 10:00 PM

Valid Destinations | Destinos: MAD JFK LAS NAT HAV BKK DEL MAD

From | Desde: MADRID
Destination | Destino: MADRID

Name | Nombre: RETHI STHGILF

To | Destino: MADRID

Boarding Pass

Entra y adelántate al cambio
www.eshoradecambiar.es

Las agencias pueden reservar en Internet los hoteles del Grupo Vime

La página en Internet de Vime H&R ofrece información sobre la cadena, su grupo y sus hoteles en el entorno del Mediterráneo, así como un sistema de reservas online de fácil uso que está disponible para los clientes finales y profesionales de Turismo.



www.vimehoteles.com

El **Grupo Vime** presenta su cadena de hoteles de vacaciones en España, Túnez, Italia y Egipto en una página bien diseñada y de fácil uso. En ella ofrece una información general de cada alojamiento y un completo sistema de reservas, que es válido para clientes registrados o no registrados y para las agencias de viajes. También incluye información sobre el grupo y un área especial dedicada a la restauración. La web presenta versiones en castellano, inglés, alemán, francés e italiano en el área de información y en otros muchos idiomas en la reserva.

INFORMACIÓN

Se puede acceder a los hoteles en una relación por zonas o en un buscador. Presenta una información textual y gráfica a nivel general del hotel y sus servicios, así como de su entorno y situación, todo en una única pantalla. También permite descargar su ficha en PDF.

RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas, en cinco pasos, con un área para indicar el código IATA, que también permite la modificación o cancelación posterior. En la primera fase de la reserva ofrece información sobre la disponibilidad del hotel solicitado.

GENERAL

La página ofrece también información sobre el Grupo Vime, su filosofía y su equipo de personal, así como sobre su oferta de gestión de hoteles independientes. Además, informa sobre su programa de fidelización de clientes y sobre sus ofertas en cada momento.

▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una web de diseño y estructura adecuados para facilitar a clientes y agentes la gestión de sus reservas.

▼ Lo Peor / Cobertura

Dispone únicamente de 19 alojamientos de vacaciones, distribuidos en cuatro países del entorno mediterráneo.

VIME H & R / 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

Vime H&R ofrece a los profesionales de Turismo una página adecuada para conocer las características de sus hoteles y gestionar fácilmente sus reservas, aunque su utilidad está limitada a estancias de vacaciones en algunas zonas de España, Túnez, Italia y Egipto.

7,3



Entrada / Presenta únicamente el acceso a las diferentes áreas de información y de gestión de que dispone la página.



Producto / Ofrece todos sus hoteles por zona en una relación, con una amplia descripción en una pantalla y en PDF.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas, que es válido para las agencias y para usuarios, estén o no registrados.

Vehículos en todo el mundo en el 'sitio web' de 'e-AlquilerdeCoches'

'e-AlquilerdeCoches' es una página dedicada exclusivamente a integrar la oferta de múltiples rent a car en todo el mundo, ofreciendo una amplia variedad de alternativas en cualquier destino y un completo sistema de gestión de reservas de muy fácil uso.



www.ealquilerdecoches.es

La página web de 'e-AlquilerdeCoches' integra la oferta de una gran cantidad de empresas de rent a car en todo el mundo, lo que permite seleccionar para cualquier destino las ofertas más interesantes en cada momento y permitir su gestión online desde un único sistema de uso muy sencillo. No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes, aunque ofrece un amplio programa para enlazar con los sistemas de sus afiliados. La página dispone únicamente versión en castellano, pero existen páginas de la empresa en otros ocho idiomas.

INFORMACIÓN

Definiendo el país, localidad y punto de entrega y recogida, así como las fechas y la edad del conductor, presenta múltiples alternativas, incluyendo su descripción y precio total. Al seleccionar un vehículo presenta otras dos alternativas de categoría superior con su precio.

RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas en el que, seleccionando una de las alternativas, presenta una pantalla de resumen, otra de datos del conductor y una tercera para el pago mediante tarjeta. También ofrece un plan de afiliados con varias formas de conexión.

GENERAL

El 'sitio' ofrece también información sobre la empresa y las características de sus servicios de integración y selección de la oferta de múltiples rent a car en todo el mundo, así como sobre sus ofertas especiales y sobre las posibilidades que ofrece a sus afiliados.

▲ Lo Mejor / Cobertura

La página dispone de oferta en la mayor parte del mundo, ofreciendo una amplia gama de vehículos en cada punto.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Aunque contempla un amplio programa de afiliados, no incluye ninguna referencia a la gestión desde agencias de viajes.

EALQUILERDECOCHES / Rent a Car

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Las características de la oferta y del sistema de gestión de 'e-AlquilerdeCoches' podrían ser de interés para las agencias de viajes, pero prevé únicamente el enlace en XML con otras web, lo que puede ser válido para las agencias online, sin ninguna solución para las convencionales.

7,5



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



Producto / Definidas las condiciones de la reserva, informa sobre las diversas alternativas, sus características y su precio.



Reserva / Seleccionando una alternativa, presenta la pantalla de reserva, el resumen de reserva y el pago con tarjeta.

Fegatur presenta una nueva 'web' para el Turismo rural de Galicia

Fegatur es una nueva central de reservas de establecimientos de Turismo rural en Galicia, que ofrece una web con un correcto diseño donde informa de los alojamientos, pero que por el momento no dispone de sus tarifas ni de ocupación para poder reservar.



es.fegatur.org

La **Federación Gallega de Turismo Rural**, formada por un conjunto de Asociaciones gallegas, presenta una nueva página en Internet dedicada a la gestión de establecimientos rurales en toda Galicia. La página, que presenta versiones en castellano, gallego e inglés, dispone de un diseño adecuado, aunque ofrece una información limitada de cada establecimiento y, a pesar de que conecta con otra central para la gestión de reservas, por el momento no dispone de la información necesaria de precios y ocupación para gestionar la reserva *online*.

INFORMACIÓN

Permite acceder a los alojamientos seleccionando una zona en un plano o por destino o concejo y categoría en un buscador. Ofrece su descripción general en una pantalla, pero en ninguno de los alojamientos analizados contempla los precios ni la disponibilidad.

RESERVA

Para la gestión de reservas conecta con el sistema de otra central de Turismo rural, pero en todos los casos en los que se ha intentado durante e análisis, no existían datos de disponibilidad ni de precios, remitiendo a un contacto directo con el establecimiento.

GENERAL

Incluye también información sobre la Federación y sobre las asociaciones que la componen. Además, dispone de áreas dedicadas a rutas en Galicia, ofertas de última hora y noticias, así como la descripción de sus distintos programas de fidelización de clientes.

▲ Lo Mejor / Integración

Incluye un número importante de cualquier tipo de establecimientos de Turismo rural distribuidos por toda Galicia.

▼ Lo Peor / Gestión Reservas

Ofrece un sistema de gestión de reservas, pero que no dispone de las tarifas ni la disponibilidad de los alojamientos.

FEGATUR / Centrales

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

El 'sitio' de Fegatur, aunque ofrece a cualquier usuario una amplia variedad de establecimientos de Turismo rural en Galicia, no incluye ninguna funcionalidad específica para los profesionales de Turismo, por lo que aunque llegue a gestionar reservas *online*, no serán de utilidad para las agencias.

5,9



Entrada / Presenta el acceso a los alojamientos sobre un plano y desde un buscador y sus ofertas, programas y rutas.



Producto / Ofrece las alternativas posibles y presenta, en una pantalla, la descripción, no siempre completa, del seleccionado.



Reserva / Ofrece la gestión de reservas de otra central, pero en los alojamientos analizados no tenía datos disponibles.

DSTR ofrece un completo 'sitio' sobre el Turismo en Quintana Roo

La página sobre Turismo de Quintana Roo presenta una completa relación de atractivos y servicios turísticos en la Riviera Maya, con una descripción general de cada tema de interés y un completo sistema de reservas, no disponible para las agencias.



quintanaroo.turista.com.mx

La empresa mejicana **Desarrollo de Sistemas, Tiempo Resultados (DSTR)** ha desarrollado varias páginas turísticas sobre México y sobre varias de sus zonas. La dedicada al Caribe mejicano ofrece una correcta información, aunque con muy poco apoyo gráfico, sobre todos sus temas de interés turístico y un útil sistema de gestión de reservas *online*, que además de los alojamientos de la zona, permite —sólo al cliente final— gestionar traslados, alquiler de coches y excursiones. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Ofrece diversas formas de acceso a la información por tipos de todos los temas de interés turístico en la zona. Presenta una descripción general del elemento seleccionado, pero con escasa información gráfica. También permite descargar diversos mapas del entorno.

RESERVA

Dispone de un correcto sistema de reservas de alojamientos, que permite añadir *transfer*, coche de alquiler y excursiones o 'paquetes' en el entorno del hotel seleccionado. Ofrece una adecuada información sobre el hotel y sobre los otros servicios que gestiona.

GENERAL

Incluye también información sobre destinos en la zona, otras páginas de Turismo en México desarrolladas por DSTR y el acceso a todas ellas, algunas ofertas especiales, una comunidad virtual de viajeros a Quintana Roo, noticias y un foro sobre Turismo.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Tanto por su información, como por su gestión de reservas, resulta una página útil y de fácil uso para viajar a Quintana Roo.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a los profesionales de Turismo y no contempla la gestión de reservas desde las agencias.

QUINTANA ROO / Destinos

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página sobre Turismo en Quintana Roo ofrece a los profesionales de Turismo una correcta información sobre los atractivos y servicios turísticos de esa zona de México, pero no incluye ninguna información específica ni la posibilidad de reservas para las agencias.

6,8



Entrada / Presenta el acceso a las diferentes áreas de información de sus servicios, atractivos y otros temas de interés turístico.



Producto / Para cada tema presenta una relación de contenidos y una descripción del seleccionado, sin información gráfica.



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas de hotel y otros servicios, que no es válido para las agencias de viajes.

Indicadores

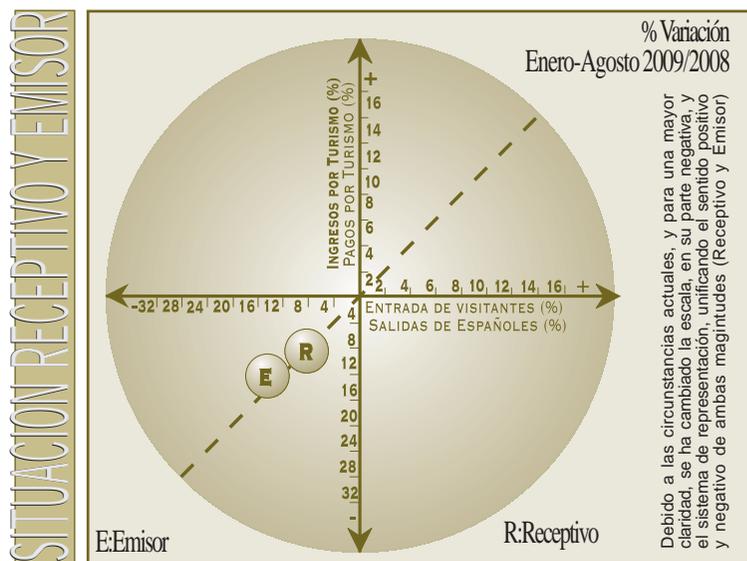
EL PULSO

Agosto sin cambios

FINALMENTE, LA BALANZA DE PAGOS de agosto, y también la acumulada no trajo sorpresas desagradables. La recesión se estableció en un 123% en el dato mensual con respecto al mismo mes del año pasado, y un 14% en el conjunto de éste, incluyendo por tanto prácticamente toda la temporada. Todo ello referido a los pagos al exterior por materia de turismo según el Banco de España. Un dato negativo, muy negativo, pero no tan catastrófico como se temía. Y con el atenuante de que la cifra de agosto sea ligeramente menos mala que la conjunta, lo que parece indicar una cierta «desaceleración del deterioro» como se dice ahora. El Receptivo mantuvo también su línea con un recorte del 8,8% en los ingresos en el mes de agosto y del 10% en el conjunto del año, indicando el mismo tipo de tendencia, con un aterrizaje todavía no demasiado suave, pero algo menos abrupto que en meses anteriores. Magro consuelo dada la situación general pero algo es algo.



JOSÉ ARQUERO



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

EL GASTO POR TURISTA sigue incrementándose lenta pero continuamente. Aunque los ingresos generales han disminuido, a título individual los turistas siguen incrementando su gasto en España, y eso a pesar de que los precios no suben con respecto al año pasado. En el desglose por orígenes, vemos gran diferencia entre Reino Unido cuyo

gasto se desploma mucho más allá de la media, y Alemania, que, por el contrario, ve subir su gasto unitario en un 6%. Estas cifras se corresponden precisamente con la evolución de sus respectivas economías y dan a entender una mejora de la calidad del turista alemán, cuya gama más baja directamente no se mueve, y por el contrario un empobrecimiento del británico.

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	70,08	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,31
ALBANIA	Lek	137,51	DJIBOUTI	Franco	257,10	LIBANO	Libra	2.215,39	RUSIA	Rublo	42,97
ANGOLA	Kwanza	124,51	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,98	LIBERIA	Dólar	102,62	SALOMON	Dólar	11,83
ANT. NEERL.	Guilder	2,64	ECUADOR	Dólar	36.886,30	LIBIA	Dinar	1,79	SAMOA OCC.	Tala	3,64
ANTIGUA	Caribe	3,98	EEUU	Dólar	1,48	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,98
ARABIA SAUDI	Rial	5,53	EGIPTO	Libra	8,08	MACAO	Pataca	11,78	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,98
ARGELIA	Dinar	106,90	EL SALVADOR	Colón	12,91	MACEDONIA	Denar	61,53	SANTA HELENA	Libra	0,90
ARGENTINA	Peso	5,63	ERITREA	Nakfa	22,13	MADAGASCAR	Ariary	2.958,28	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,98
ARMENIA	Dram	568,05	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	5,04	SAO TOME	Dobra	22.906,40
ARUBA	Florin	2,64	ETIOPIA	Birr	18,63	MALAWI	Kwacha	207,94	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,63	FIJI	Dólar Fiji	2,81	MALDIVAS	Rupia	18,89	SERBIA	Dinar	93,56
AZERBAIJAN	Manat	1,19	FILIPINAS	Peso	70,25	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	15,70
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,48	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,90	SIERRA LEONA	Leone	5.564,37
BAHRAIN	Dinar	0,56	GAMBIA	Dalasi	39,39	MARRUECOS	Dirham	11,38	SINGAPUR	Dólar	2,06
BANGLADESH	Taka	101,89	GEORGIA	Lari	2,47	MAURICIO	Rupia	44,63	SIRIA	Libra	67,87
BARBADOS	Dólar Barbados	2,95	GHANA	Cedi	2,11	MAURITANIA	Ouguiya	385,09	SOMALIA	Shilling	2.067,11
BELIZE	Dólar Belize	2,83	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,98	MEXICO	Peso	19,41	SRI LANKA	Rupia	169,38
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,48	MOLDAVIA	Leu	16,23	SUAZILANDIA	Lijangeni	11,55
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,48	GUATEMALA	Quetzal	12,23	MONGOLIA	Tugrik	2.101,04	SUDAFRICA	Rand	11,55
BHUTAN	Ngultrum	69,29	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,42
BIELORRUSIA	Rublo	4.029,45	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTserrat	Dólar	3,98	SUECIA	Corona	10,41
BOLIVIA	Boliviano	10,36	GUINEA ECUAT.	Franco	7.417,83	MOZAMBIQUE	Metical	43,35	SUIZA	Franco	1,51
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	298,76	MYANMAR	Kyat	9,46	SURINAM	Dólar	4,05
BOTSWANA	Pula	10,02	HAITI	Gourde	58,65	NAMIBIA	Rand	11,55	TAILANDIA	Baht	49,32
BRASIL	Real	2,57	HONDURAS	Lempira	27,88	NAURU	Dólar	1,63	TAIWAN	Dólar	47,99
BRUNEI	Dólar Brunei	2,06	HONG-KONG	Dólar	11,44	NEPAL	Rupia	110,87	TAJIKISTAN	Somoni	5,50
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	274,38	NICARAGUA	Gold	30,50	TANZANIA	Shilling	1.954,23
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	69,29	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.815,54	INDONESIA	Rupia	14.090,50	NIGERIA	Naira	222,65	TONGA	Pa'anga	2,76
CABO VERDE	Escudo	116,56	IRAN	Rial	14.614,30	NORUEGA	Corona	8,41	TRINIDAD	Dólar	9,33
CAMBOYA	Rial	6.133,45	IRAQ	Dinar	1.696,77	NUEVA ZELANDA	Dólar	2,04	TUNEZ	Dinar	1,91
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,21	OMAN	Rial	0,57	TURKMEENISTAN	Manat	20.973,50
CANADA	Dólar Canada	1,59	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,48	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,48
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,48	PAKISTAN	Rupia	123,05	TURQUIA	Lira	2,21
CHILE	Peso	784,50	ISLANDIA	Corona	185,05	PANAMA	Balboa	1,48	TUVALU	Dólar Australiano	0,61
CHINA	Yuan (o)	10,07	ISRAEL	Shekel	5,52	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,86	U.E.A.	Dirham	5,42
COLOMBIA	Peso	2.943,89	JAMAICA	Dólar	130,98	PARAGUAY	Guaraní	7.200,20	UCRANIA	Karbovanets	11,95
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	133,56	PERU	Nuevo Sol	4,29	UGANDA	Shilling	2.774,58
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	1,05	POLONIA	Zloty	4,25	URUGUAY	Peso	30,54
CONGO (R.D.)	Franco	1.302,34	KAZAKHSTAN	Tenge	222,45	PUERTO RICO	Dólar USA	1,48	UZBEKISTAN	Sum	2.218,34
COREA NORTE	Won	211,06	KENYA	Shilling	110,95	QATAR	Rial	5,37	VANUATU	Vatu	145,35
COREA SUR	Won	1.744,35	KIRGUISISTAN	Som	64,33	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	3,17
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,63	R. DOMINICANA	Peso	53,41	VIETNAM	Dong	26.347,10
COSTA RICA	Colón	857,23	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,42	REINO UNIDO	Libra	0,90	YEMEN	Rial	303,67
CROACIA	Kuna	7,23	LAOS	Kip Pot Po	12.503,00	REP. CHECA	Corona	26,52	ZAMBIA	Kwacha	6.838,71
CUBA	Peso Cubano (o)	1,48	LESOTHO	Maluti	11,55	RUANDA	Franco	839,98	ZIMBABUE	Dólar	541,64

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-Agosto 2009	26.088 M€	-10,0% (anual)	Sin grandes cambios
Pagos por turismo	Enero-Agosto 2009	7.910 M€	-14,6% (anual)	Mejoría casi imperceptible
Gasto por turista	Enero-Septiembre 2009	919,0€	+2,7% (interanual)	Según las previsiones
IPC (Turismo y Hostelería)	Septiembre 2009	111,652	+0,8% (interanual)	Tendencia ligeramente alcista

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

Previsión

Dólar USA

2.11.2009
1,480 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,540 \$/€
	6 Meses	1,539 \$/€
	12 Meses	1,547 \$/€

Yen Japonés

2.11.2009
134,660 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	133,093 ¥/€
	6 Meses	132,750 ¥/€
	12 Meses	132,923 ¥/€

Libra Esterlina

2.11.2009
0,894 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,894 £/€
	6 Meses	0,895 £/€
	12 Meses	0,897 £/€

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 San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS 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 Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 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 91-654 9977
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 Diputacio, 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 Americas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 91-4568686
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NIESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 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 Coso 89-91 1ª ZARAGOZA	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
SOLAFRICA Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2ª BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7ª MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR Sor Angela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773

TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 2ª BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp.ta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

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

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALOQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
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 Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLON	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Americas, cc. Americas 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 Frailé, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPERDIAS 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, 6º, 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 7º	☎ 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 4º 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 4ºC MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manóteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	☎ 91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN Joaquín Costa, 15-1 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 Ordaz, 3-3ª MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3ª BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Lluyt Air Market, 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 Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1ª MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA 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

Considere cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: www.mesinero-romanos.com

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

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las empresas buscan profesionales con experiencia e inglés

La web www.nexotur.com recoge casi un millar de ofertas y demandas de empleo en el Sector, de las que NEXOTUR ofrece cada semana una breve muestra.

■ **Viajes JGB.** Madrid. Agencia de viajes. Buscamos agente de viajes para llevar oficina en San Lorenzo de El Escorial. Requisitos mínimos: Residencia en la misma localidad y experiencia en un cargo similar. C.V.: viajesjgb@terra.es.

■ **Rafaelhoteles.** Madrid. Central corporativa de Rafaelhoteles en Madrid necesita incorporar un jefe de Ventas Internacional, cuyo objetivo será planificar, dirigir y controlar el plan de acción comercial anual. Requisitos: experiencia de dos años en el mercado internacional, conocimientos del segmento corporativo y del mercado europeo, inglés nivel alto y disponibilidad para viajar. C.V.: personal@rafaelhoteles.com.

■ **Traveloteca.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia *online* con más de 35 destinos en catálogo y en constante crecimiento precisa de agente de viajes para desarrollar las labores propias de la función: creación y trámites de reservas, atención al cliente, confección de documentación, elaboración de presupuestos, gestión de incidencias, etc. Requisitos: mínimo un año de experiencia en el Sector. Imprescindible manejo de Office (Outlook alto, Word alto y Excel medio-bajo). Soltura con GDS (preferentemente Galileo). Se valorarán conocimientos de inglés. C.V.: cv@traveloteca.com.

■ **Nueva Zelanda Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Oficina ubicada en el centro de Madrid necesita incorporar un agente de viajes. Requisitos: idioma español, buen nivel de inglés, experiencia en el Sector Turístico o diplomatura en Turismo, conocimientos de Nueva Zelanda o Australia. Buscamos una persona apasionada por el Pacífico Sur, que además sea organizada y responsable. C.V.: info@nzviajes.com.

■ **Viajes JGB.** Agencia de viajes. Madrid. Oficina madrileña busca agente de viajes para prácticas. C.V.: viajesjgb@terra.es.

■ **Viajes Galea.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos agente con experiencia en viajes de empresa. Horario continuado y buen ambiente. Requisitos: experiencia en manejo de Amadeus y Sire y en atención a empresas. C.V.: pgarcimartin@viajesgalea.com.

■ **Sol y Ocio.** Agencia de viajes. Málaga. Buscamos agente de viajes para oficina de Ronda (Málaga). Se encargará de la realización de labores propias del cargo. Es imprescindible experiencia comercial en agencia de viajes. También se valorará el haber trabajado recientemente en agencia de viajes minorista por un periodo mínimo de tres años, así como el dominio del inglés. C.V.: cv@solyocio.com.

■ **Viagea.** Agencia de viajes. Madrid. Puesto de agente de viajes en Moncloa. Requisitos: conocimientos de inglés, tanto hablado como escrito, Amadeus, Renfe, ex-

periencia 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.

■ **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.

■ **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 e inglés. C.V.: recursoshumanos@mapatours.com.

Agentes de viajes

Los datos completos y el *currículum vitae* de cada demandante están disponibles en www.nexotur.com, junto a más de medio millar de demandas de empleo.

■ **Agente de viajes.** 42 años. Madrid. barcqui1lo1@olympiamad.com. ☎ 661 00 85 21.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Madrid. morales_cesi@hotmail.com. ☎ 679 39 67 03.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Madrid. yolandabellomadrid@yahoo.es.

■ **Agente de viajes.** 23 años. Madrid. loremad86@hotmail.com. ☎ 637 45 47 58.

■ **Jefe de ventas.** 44 años. Madrid. delaiglesia@yahoo.es. ☎ 659 38 43 24.

■ **Agente de viajes.** 42 años. Barcelona. francesclopez@hotmail.com. ☎ 619 40 47 31.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. gmr31@hotmail.com. ☎ 652 62 16 10.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Barcelona. raquellarios@hotmail.com. ☎ 676 42 17 57.

■ **Agente de viajes.** 40 años. Madrid. javiertravel1969@hotmail.com. ☎ 653 87 47 38.

■ **Agente de viajes.** 38 años. Madrid. martitagg@hotmail.com. ☎ 629 25 82 52.

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

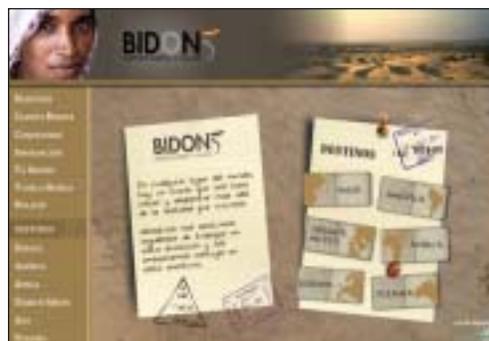
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Viajes de aventura

⇒ La mayorista Bidón5 incluye en su página en Internet, tanto para el cliente final como para las agencias de viajes, la **información** sobre sus viajes de aventura, pero no incluye una funcionalidad de reservas ni información sobre las agencias colaboradoras.

⇒ Ofrece una información de **utilidad** sobre su programación.

⇓ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas online**.



<http://www.bidon5.es>

Hoteles 'boutique'

⇑ El 'sitio' de Fontecruz Hoteles ofrece, con un cuidado diseño y estructura, la **información** sobre sus establecimientos de calidad en ciudades europeas, así como un completo sistema de reservas, que está disponible únicamente para el cliente final.

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

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



<http://www.fontecruz.com>

Vuelos a Azores y Madeira

⇒ La web de SATA se compone de dos áreas de rendimiento muy diferente. Mientras el área de **información** tiene tiempos de respuesta muy largos, la de reservas —que incluye vuelos, hoteles y coches mediante enlace con Amadeus— es muy rápida.

⇒ Sería de mayor **utilidad** con un sistema de información más rápido.

⇓ Su sistema de **reservas** no es válido para las agencias.



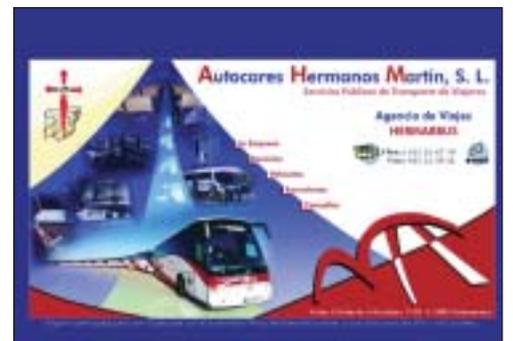
<http://www.sata.pt>

Servicios de autobús

⇒ La página de Autocares Hermanos Martín **informa** sobre las características de sus servicios de alquiler de vehículos con conductor y los horarios de sus líneas regulares, pero no incluye sus tarifas ni ningún tipo de gestión de reservas en Internet.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no ofrece sus tarifas.

⇓ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas online**.



<http://www.hermabus.com>

Turismo en Albacete

⇒ La nueva página de Turismo en Albacete ofrece, con un cuidado diseño, la posibilidad de consultar cualquier **información** de interés para un viajero, incluyendo todo tipo de atractivos y servicios turísticos, aunque aún está en desarrollo.

⇒ Será de más **utilidad** cuando se complete el sistema de información.

⇓ Para gestionar **reservas** enlaza con la web del proveedor.



<http://www.turismoenalbacete.com>

Hoteles en toda Francia

⇑ Contact Hotel presenta en su web un sistema de **información** y reservas de un amplio conjunto de hoteles distribuidos por toda Francia. Incluye una información limitada del establecimiento y una fácil gestión de reservas, válida para clientes y agencias.

⇒ Su **utilidad** mejoraría incrementando la calidad de la información.

⇑ Dispone de un área específica de **reservas** para las agencias.



<http://www.contact-hotel.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Becas de Turismo

✓ Resolución de 23 de septiembre del ejercicio 2009, del Instituto de Turismo de España (TurEspana), por la que se determina la composición del jurado para la adjudicación de las becas Turismo de España 2009 para la realización de prácticas profesionales y de investigación turística en la sede de TurEspana, en las oficinas españolas de Turismo en el extranjero o en empresas del Sector Turístico en España o en el extranjero.

✓ Resolución de 24 de septiembre del ejercicio 2009, de la Delegación Provincial de Granada, por la que se hace pública la relación de subvenciones concedidas en materia de Turismo, para la ejecución de proyectos correspondientes a la modalidad 2, líneas 1 y 10, referidos a establecimientos de alojamiento turístico y creación de establecimientos con ofertas de Turismo específico, convocatoria extraordinaria de Campamentos de Turismo de Andalucía 2008.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Conoce más sobre las Vías Verdes

Paisajes y Sensaciones: Vías Verdes de España y Portugal

La Fundación Ferrocarriles Españoles, a través del Programa Vías Verdes, ha convertido hasta el momento 1.700 kilómetros de infraestructuras ferroviarias en desuso en itinerarios cicloturistas y senderistas. Esta marca, creada en el año 1994, ha atraído durante este periodo a un sinnúmero de visitantes,

tanto nacionales como extranjeros. Con el fin de guiar a estos viajeros en España y Portugal, se ha lanzado recientemente en la librería De Viaje, el libro Paisajes y Sensaciones: Vías Verdes de España y Portugal, una obra gráfica en la que encontramos un abanico de paisajes, sensaciones y emociones a través del discurrir de las Vías Verdes.

Para la publicación del libro, la Fundación Eca Bureau Veritas encargó a Paco Tortosa, doctor en Geografía por la Universidad de Valencia y fotógrafo autodidacta, una selección de las fotografías tomadas a lo largo de sus dos dé-



cadadas recorriendo las Vías Verdes como viajero y como técnico, así como la realización de un trabajo fotográfico actual y personal complementario a dichas imágenes.

Con esta obra, Fundación Eca Bureau Veritas pretende ofrecer una panorámica distinta de las Vías Verdes, mostrando su lado más estético y emotivo. Sus imágenes invitan a conocer las vías de los antiguos y abandonados trazados ferroviarios ahora llenos de vida, para que puedan ser recorridos por todo tipo de viajeros. Senderistas, cicloturistas, gentes a caballo pueden disfrutar hoy de estos caminos.

CURSOS

Turismo de reuniones

Gestión de Turismo de Reuniones

La Escuela Universitaria de Turismo de Oviedo ha creado un título de Especialista en Gestión de Turismo de Reuniones, con el objetivo de implementar la formación de los titulados en este campo. Asimismo, el curso pretende formar directivos y mandos intermedios para gestionar eficientemente la actividad congresual. Tras el periodo lectivo, los alumnos realizarán las prácticas en las empresas e instituciones más representativas del Mercado de Reuniones.

El título consta de 48 créditos ECTS y se divide en cuatro bloques temáticos: 'Mercados y Gestión integral de un destino', 'Análisis y Operativa de las diferentes tipologías de eventos', 'Gestión económica financiera y, finalmente, 'Herramientas de gestión y planificación'. Asimismo, el curso cuenta con mesas de trabajo que abordarán temas como las diversas sedes en el Turismo de Reuniones, la gastronomía, Turismo termal, etc.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en noviembre

● Del 1 al 3 de diciembre de 2009, Feria de la Industria de Viajes de Negocios y Congresos (EIBTM), Fira Barcelona, Barcelona, España. EIBTM es la feria de Turismo profesional, incentivos, eventos, viajes de negocios y congresos de Barcelona. Este encuentro ofrece numerosas oportunidades para fomentar la formación profesional, así como para establecer contactos comerciales y cerrar negocios. Para más información sobre la feria de Barcelona acceder a la página web www.eibtm.com.

● Del 21 al 22 de noviembre de 2009, Feria Internacional de turismo de la Costa Azul (Sicta), Palais des Expositions de Nice, Niza Francia. Esta feria ofrece diferentes propuestas turísticas, gastronómicas, espectáculos y actividades deportivas. En su quinta edición, esta cita internacional contará con un total de 160 expositores, lo que permitirá al público encontrar ideas para sus vacaciones o estancias en cualquier parte del planeta. Para más información acceder a la página web www.sicta.fr.

VUELO DIRECTO MADRID-TOZEUR A TAN SÓLO DOS HORAS

Tunisair

te acerca a

Tozeur

La puerta del desierto

Túnez: Oasis Mediterráneo

Tunisair tiene un nuevo vuelo directo, operativo a partir de noviembre, que sitúa la espléndida ciudad de Tozeur a tan sólo 2 horas de Madrid, acercándole las mil y una maravillas que el Gran Sur Tunecino tiene para sorprenderle a usted y a los suyos: Intrépidos paseos por el desierto, exóticos bazares con las más exquisitas artesanías, magníficos campos de golf... Reserve su plaza hoy mismo y escípele. Descubrirá un auténtico oasis mediterráneo.

TUNES
www.tunisair.com

المطارات التونسية
TUNISAIR
www.tunisair.com

NEXOTUR®

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

SUBEN

Manuel López



La junta directiva de la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA) ha aceptado la dimisión presentada por su presidente, Juan Losa Montañés, nombrando por unanimidad a Manuel López Colmenarejo como nuevo dirigente de la asociación.

Elena Díez-Valcarce



Horwath HTL Spain ha nombrado a Elena Díez-Valcarce directora de Gestión y Desarrollo Turístico. Díez-Valcarce liderará esta división en España y trabajará en el desarrollo de los equipos de la red en proyectos de destinos turísticos y asesoría al sector público.

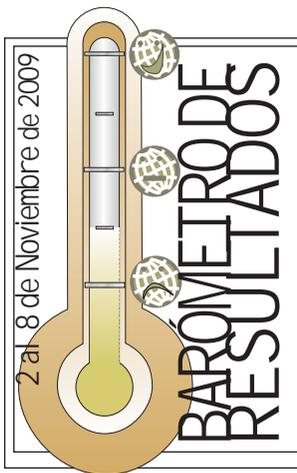
Rocío Blázquez



Costa Cruceiros ha reforzado su organigrama con la incorporación a la dirección comercial de Rocío Blázquez, ex directora de ventas de Spanair. Blázquez liderará este equipo, que reforzará la nueva política comercial del grupo, iniciada en abril de este año.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Antonio M ^a Marín	3
Entrevista / Moncef Ben Dhahbi	4
Escaparate	5-14
Futuralia	15-18
Mostrador	19-21
Club	22
Hotelería	23-25
Evaluanet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

Sigue la atonía sin mejorar expectativas

No se aprecian indicios de un cambio de tendencia y la actividad en las agencias continúa bajo mínimos, con una contracción incluso mayor del 15% que marcan las estadísticas. Las ocasiones de otros años, como puentes y nieve, siguen sin incidir en la actividad del Sector, pues los primeros casi no existen, y la segunda, de momento, brilla por su ausencia, y el buen tiempo coyuntural no acaba de impulsar al consumo del viaje organizado, sino solamente al particular. Por otro lado, el business tampoco despega, sino que más bien al contrario sufre una importante contracción como demuestran los datos de ventas de billetes de alta velocidad y el propio BSP.



España ha recibido 5,4 millones de pasajeros aéreos en el mes de septiembre, un 7,9% menos que en el mismo periodo del pasado año, según los datos facilitados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). De éstos, el 51,7% —algo más de 2,8 millones de personas— se han decantado por las compañías aéreas de 'bajo coste', experimentando así una variación negativa del 5,2% en comparación con las cifras registradas en el mismo mes de 2008.

Más significativa es la retracción de las aerolíneas tradicionales, que nuevamente se ven superadas por las *low cost*. En concreto, estas compañías aéreas, que aglutinan el 48,3% restante —2,6 millones de pasajeros—, registran una contracción del 10,7% en septiembre respecto al mismo mes de 2008.

El grado de ocupación de las compañías de 'bajo coste' es del 83,9%, siete puntos superior al de las tradicionales. Las principales aerolíneas *low cost* siguen siendo, al igual que en los meses precedentes, Ryanair, Easyjet y Air Berlin.

Italia emite más viajeros

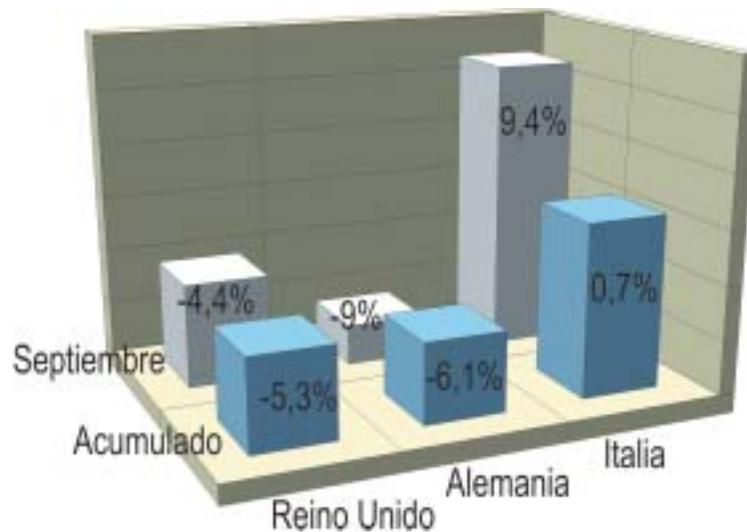
Los principales mercados emisores de pasajeros en esta clase de líneas aéreas son, un mes más, Reino Unido, Alemania e Italia, países desde donde han llegado el 72,5% de los pasajeros. A pesar de emitir un 4,1% menos de viajeros, descenso que se ha notado especialmente en Cataluña y Andalucía, Reino Unido se mantiene a la cabeza, superando el millón de pasajeros emitidos —con un 38,6% del total—. Alemania, emisor de uno de cada cuatro pa-

COYUNTURA

El 'bajo coste' acapara casi el 52%

Las aerolíneas de 'bajo coste' continúan ganando terreno a las tradicionales. Aunque ambas experimentan contracciones en septiembre, las *low cost*, que aglutinan el 51,7% de los pasajeros, concluyen el mes con un descenso menos drástico, un 5,2% frente al 10,7% de las tradicionales. El grado de ocupación de las compañías aéreas de 'bajo coste' es del 83,9%, siete puntos superior al de las tradicionales.

Evolución mercados emisores



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

sajeros, experimenta una variación interanual negativa del 9%, mientras que Italia, con el 9% de los viajeros que se han decantado por esta modalidad aérea, incrementa en un 9,4% la cifra de septiembre de 2008. Este resultado ha favorecido principalmente a la Comunidad de

Madrid que, con el 22,2% de los pasajeros procedentes de Italia, registra un crecimiento interanual del 40%. Del resto de países que aparecen entre los diez primeros emisores de esta clase de pasajeros hay que destacar los ritmos positivos de Francia, Bélgica y Portugal,

con incrementos interanuales del 6,7%, 8% y 8,3%, respectivamente.

La gran mayoría de las llegadas internacionales en compañías de 'bajo coste' se concentran en seis Comunidades —Baleares (26,4%), Cataluña (21%), Andalucía (15,9%), la Comunidad Valenciana (14,8%), Canarias (8,5%) y la Comunidad de Madrid (8,4%)—. Todas ellas, a excepción de Madrid, experimentan drásticas caídas, siendo Canarias la que peor evolución presenta, con una tasa negativa del 12%. Ocurre todo lo contrario con la Comunidad de Madrid, que, gracias al dinamismo de países como Italia y Reino Unido, registra un avance interanual del 15,7%.

Barajas e Ibiza crecen

Por aeropuertos, el de Palma de Mallorca se sitúa a la cabeza, con cerca de 600.000 pasajeros recibidos —el 21,1% del total—, experimentando una caída del 7,6% respecto al mismo mes del pasado año. Le siguen Málaga Alicante y Barcelona, con aproximadamente un millón de viajeros entre los tres y con variaciones negativas del 2,9%, 0,4% y 11,6%, respectivamente. Desmarcándose de las evoluciones negativas, que han sido la nota predominante del mes de septiembre, Madrid-Barajas, que ocupa la quinta posición, registra un crecimiento interanual del 15,7%, gracias, en gran medida, al buen comportamiento de los turistas británicos e italianos. Lo mismo sucede con Ibiza, que recibe en septiembre un 17% más de pasajeros por esta vía que en el mismo mes de 2008.

Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email

Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo



El segundo Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España ha congregado a empresarios, altos directivos y cargos públicos del Sector Turístico.

Futuralia reúne al Sector Turístico y la Universidad para analizar las consecuencias del cambio climático

Los objetivos son realizar análisis de prospectiva, prever escenarios y formular propuestas en pro de la sostenibilidad

El cambio climático y su incidencia en el Turismo vuelve a ser el eje de la segunda edición de Futuralia, el Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España, convocado por la Mesa del Turismo y organizado el Grupo NEXO.

El Hotel Eurostars Madrid Tower acogía el pasado 28 de noviembre el 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España, Futuralia 2009. Bajo la presidencia de honor del Príncipe de Asturias, Felipe de Borbón, el Foro, convocado por la Mesa del Turismo y organizado por el Grupo NEXO, se marca nuevamente como objetivo "realizar un análisis de prospectiva, prever escenarios y formular propuestas en pro de la sostenibilidad medioambiental en el Turismo español", tal y como explica el presidente de la Mesa, Juan Andrés Melián.

A las 9:00 horas el presidente de la Mesa del Turismo, el presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la CEOE, Gonzalo Pascual, y

el presidente del Comité Organizador de Futuralia, Eugenio de Quesada, daban la bienvenida a los asistentes. La visión de importantes profesionales del Sector Turístico sobre el cambio climático en relación a sus subsectores respectivos, un debate sobre las reuniones sostenibles, una ponencia-análisis de cierre y las ponencias-marco completan el programa de Futuralia. El II Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España es un Foro abierto a empresarios y profesionales.

La secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Ribera, ha clausurado el acto. Durante su intervención ha aplaudido este tipo de iniciativas y ha apostado por la continuidad del foro.



La secretaria de Estado de Cambio Climático, con Futuralia. El Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo ha sido clausurado por la secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Ribera, que aboga por la continuidad de Futuralia.

Convoca



Patrocinan



Organiza



La Mesa del Turismo celebra el segundo Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo Español

La secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Ribera, clausura el Foro convocado por la Mesa del Turismo

El pasado 28 de octubre se celebraba en el Hotel Eurostars Madrid Tower el segundo Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo, Futuralia, convocado por la

Mesa del Turismo y organizado por el Grupo NEXO. La visión de importantes profesionales del Sector Turístico sobre el cambio climático en relación a sus subsectores

respectivos, un debate sobre las reuniones sostenibles, una ponencia-análisis de cierre y las ponencias-marco han completado el programa de Futuralia 2009.



El presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la CEOE, Gonzalo Pascual inaugura el 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España Futuralia.



La secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Ribera, en la clausura del Foro, junto al presidente del Consejo Empresarial de Transporte de CEOE, Lorenzo Chacón, encargados de la ponencia marco.



Casi un centenar de empresarios y altos directivos del Sector Turístico participaron en el Foro para conocer las ideas y tendencias del Sector en materia de sostenibilidad medioambiental.



En la primera mesa de ponentes se encontraban Luigi Cabrini (OMT), Vicente Blasco (AEDAVE), José Mª Marín (Ronda) y José Eladio Tobío (Renfe Oeradora).



En la segunda mesa de ponentes participaron, David Hernández (Europea de Seguros) y Óscar Cerezales (MCI para España), moderados por el presidente del Foro.



Las ponencias marco fueron leídas por la secretaria de Estado para el Cambio Climático y el presidente del Consejo Empresarial de Transporte de CEOE, Lorenzo Chacón.



Tras la celebración de las ponencias sectoriales se celebró la tradicional pausa-café, en la que los participantes intercambiaron ideas respecto al desarrollo del encuentro.



Tras el Foro, los participantes y organizadores de Futuralia han celebrado un almuerzo en el Hotel Eurostars Madrid Tower, en el que concretaron las conclusiones de la segunda edición del Foro.

Futuralia aboga por un desarrollo sostenible y por un Turismo menos dependiente de la climatología

Destacados representantes de los diferentes subsectores turísticos se han dado cita en Futuralia 2009, segunda edición del Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo.

Durante el acto, convocado por la Mesa del Turismo, el veterano grupo de opinión empresarial, y organizado por el Grupo NEXO, los ponentes han hecho hincapié en la necesidad de

implantar medidas sostenibles para garantizar la viabilidad del destino España, apostando al mismo tiempo por la potenciación de un Turismo menos dependiente de las condiciones climáticas.

Las cuestiones medioambientales siguen estando a la orden del día en el Sector Turístico. Representantes de entidades e instituciones de los diferentes subsectores englobados en dicha actividad demuestran que, pese al recrudescimiento de la crisis económica, la lucha contra el cambio climático continúa siendo una de sus prioridades. Así lo corrobora la excelente acogida de Futuralia, segunda edición del Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo, organizado por el Grupo NEXO y convocado por la Mesa del Turismo.

La jornada, celebrada en el Hotel Eurostars Tower de Madrid, fue inaugurada por el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, el presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la CEOE, Gonzalo Pascual, y el presidente del Comité Organizador de Futuralia, Eugenio de Quesada. Acto seguido, De Quesada dictaba la ponencia inaugural, analizando en profundidad los efectos del cambio climático en el Turismo español. Durante su intervención, el presidente del Comité Organizador de Futuralia, que asegura que "el cambio climático es un hecho irrefutable y está catalogado como uno de los grandes desafíos de este siglo", ha alertado de las consecuencias que pueden suponer para el destino España los efectos del cambio climático.

En este sentido, De Quesada explica que "100 millones de turistas visitan el Mediterráneo por su climatología favorable". Pero más allá de las consecuencias del cambio climático, el presidente del Grupo NEXO aboga por la diversificación de la oferta turística nacional para "potenciar segmentos turísticos que no tengan tanta dependencia de la climatología", citando, en resumidas cuentas, el Turismo gastronómico, de congresos, enoturismo, entre otros.

'Debemos actuar ahora'

Después del presidente del Comité Organizador de Futuralia tomaba la palabra el director del Departamento de Desarrollo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Luigi Cabrini, quien realizaba un análisis de prospectiva sobre el cambio climático en los destinos turísticos. Cabrini alerta que "el cambio climático no es un acontecimiento del futuro, sino que ya ha hecho acto de presencia", por

lo que considera que "es necesario que el proceso de adaptación se inicie ahora". El representante de la OMT, que recuerda que "el Turismo es altamente sensible al clima", afirma que "se habla mucho pero no se están incorporando las suficientes estrategias a nivel nacional".

Tras las intervenciones de Eugenio de Quesada y Luigi Cabrini se sucedieron cinco ponencias sectoriales, en las que tuvieron cabida las opiniones de los representantes de los diferentes segmentos que conforman el Sector Turístico. En primer lugar, el vicepresidente de AEDAVE, Vicente Blasco, considera que en los profesionales turísticos "recae la responsabilidad de facilitar información amplia y clara a los viajeros para que respeten el medio ambiente y la cultura en el destino". Asimismo, Blasco subraya que aunque "la conciencia social es innegable, el Sector Turístico no ha respondido a los nuevos desafíos al ritmo exigible".

A continuación, el gerente de Calidad y Medio Ambiente de Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe Operadora, José Eladio Tobio, ha

defendido "la eficiencia energética y la reducción de las emisiones de gases contaminantes del transporte ferroviario en España". En concreto, Tobio asegura que "en 2010 Renfe emitirá dos millones menos de toneladas de CO₂", mientras que "en 2020 habrá recortado sus emisiones en un 57% respecto a 1990". Para lograr esta meta, la compañía ferroviaria ha llevado a cabo "una renovación de sus trenes y ha apostado por la mejora de la eficiencia energética", entre otras medidas.

Ronda, un ejemplo a seguir

Por su parte, el alcalde de Ronda, Antonio M^a Marín, enumeraba las actuaciones llevadas a cabo por la ciudad en pro de la sostenibilidad medioambiental. Marín, que pese a las numerosas acciones llevadas a cabo contra el cambio climático promete "continuar profundizando" en el tema, ha resaltado durante su intervención que Ronda "presenta uno de los índices más altos de empresas turísticas con certificados medioambientales —Q de Calidad ISO 14001—".



El vicepresidente de AEDAVE, Vicente Blasco, en su intervención.



El alcalde de Ronda, Antonio M^a Marín, durante su ponencia.

Pascual: 'El Turismo debe ser una herramienta para potenciar la sostenibilidad medioambiental'

El acto de bienvenida de segunda edición del Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo corría a cargo del presidente de la Mesa del Turismo, Juan Andrés Melián, el presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la CEOE y copropietario del Grupo Marsans, Gonzalo Pascual, y el presidente del Comité Organizador de Futuralia, Eugenio de Quesada. Durante su intervención, Melián, que aprovechaba para "agradecer el apoyo del Príncipe de Asturias, Don Felipe de Borbón", hacía especial hincapié en la necesidad de abordar los efectos del cambio climático en el Turismo, considerándolo "un tema fundamental". En este sentido, el presidente de la Mesa del Turismo, entidad convocante de Futuralia, advertía que el Turismo español, dada su situación geográfica y su climatología, "será uno de los más afectados por el cambio climático".



Gonzalo Pascual, Juan Andrés Melián y Eugenio de Quesada en la inauguración de Futuralia 2009.

Acto seguido, Gonzalo Pascual, que agradecía en primer lugar al Grupo NEXO "la oportunidad que nos ha dado al Sector para tocar asuntos de palpitante actualidad", subrayaba que el tema del medio ambiente "es crucial en la

sociedad en que vivimos". El presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la CEOE afirmaba que "el Turismo debe servir como una herramienta para potenciar la sostenibilidad". Finalmente, Pascual, que resaltaba la "com-

patibilidad del concepto del medio ambiente y el Turismo", animaba al Sector Turístico a "apostar por la sostenibilidad medioambiental y convertir este reto en una ventaja competitiva para el destino España y las empresas".

Convoca



Patrocinan



Organiza



El Sector valora la inversión en sostenibilidad para que las empresas 'tomen ventaja y se diferencien'

En las ponencias sectoriales del 2º Foro de Futuralia, los profesionales participantes han coincidido en señalar que es el momento de que las empresas innoven y tomen ventaja, ya

que las compañías que inviertan en sostenibilidad, tendrán un valor añadido que les ayudará a diferenciarse respecto a sus competidores. Asimismo, se ha insistido en la necesidad

de diseñar medidas políticas incentivadoras y no sancionadoras para que las empresas turísticas consigan adaptarse a las normas sobre medio ambiente.

El director general de MCI para España, Óscar Cerezales, ha expuesto durante el 2º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo, las estrategias sostenibles que un destino debe desarrollar para atraer eventos del Turismo de Reuniones. Además, en su intervención en Futuralia 2009, organizado por el Grupo Nexo, ha apuntado que "es el momento de que las empresas innoven en sus modelos de negocio para tomar ventaja en el mercado".

El también presidente de la asociación MPI Spain, ha señalado que para alcanzar esta ventaja competitiva, la empresa debe basarse en tres pilares: en las personas que trabajan en ella, a través de políticas de responsabilidad social corporativa; en el planeta, mediante acciones de seguridad ambiental; y, finalmente, en los beneficios alcanzados, desarrollando una economía próspera.

Para Cerezales y, parafraseando al ex vicepresidente del Gobierno de los Estados Unidos, Al Gore, la sostenibilidad "podría ser el negocio más importante de la historia de la humanidad". De ahí, que el director general de MCI España insistiera en que "toda aquella empresa cuyo modelo de negocio se asiente en la sostenibilidad, partirá con ventaja".

Durante su intervención, Óscar Cerezales, ha lanzado la pregunta de si la sostenibilidad y la obtención de buenos resultados por parte de una compañía son compatibles. Apoyándose en datos del Dow Jones, el presidente de MPI Spain ha indicado que durante la crisis las empresas sostenibles obtienen un 15% más de beneficios respecto a sus competidoras que no invierten en estas políticas. Además, ha asegurado que tras aplicar acciones sostenibles, se reducen los gastos.

Asimismo, Cerezales ha aportado nuevas tendencias en el Mercado de Reuniones como, por ejemplo, que el 33% de los travel managers consultados en el último congreso de la Association of Corporate Travel Executives (ACTE), "pueden empezar a pensar en cancelar contratos con proveedores que no practican políticas sostenibles".

Respecto a España, el director general de MCI España, ha insistido en que "está lejos de la tendencia general internacional en cuanto a la aplicación de acciones sostenibles". Cerezales ha puesto como ejemplo ciudades "paradigma" del respeto al medio ambiente como Portland

(Estados Unidos), Berlín (Alemania) y, sobre todo, Copenhague (Dinamarca), que basan su diferenciación y su valor de marca en las infraestructuras sostenibles con el objetivo de atraer eventos.

A continuación, ha intervenido el presidente del Consejo Empresarial del Transporte de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Lorenzo Chacón, que ha aportado una visión empresarial sobre la relación "estrecha" entre el cambio climático y el turismo. Así, en una de sus primeras declaraciones, ha insistido en que los empresarios "cada vez están más sensibilizados y, por tanto, más implicados con el medio ambiente". Para Lorenzo Chacón, el concepto de sostenibilidad debe entenderse, tanto como un valor añadido para las empresas, como un elemento diferenciador respecto a sus competidores.

En este sentido, el representante de la CEOE ha añadido que, "como nos encontramos en un nuevo escenario económico y aparecen nuevos retos, es necesario acometer reajustes para volver a situarnos en los niveles anteriores a la crisis". Estas acciones se refieren a la adaptación de las empresas a las nuevas normas gubernamentales que pretenden desarrollar estrategias de mitigación e impacto medioambiental. De ahí que Lorenzo Chacón haya insistido en que estas medidas deben alcanzarse a partir del diseño de "políticas incentivadoras y no sancionadoras".

Finalmente, el consejero delegado de Europea de Seguros, David Hernández, ha mostrado en su exposición los problemas que suponen los desastres naturales para la economía, tanto de los países como de las compañías de seguros. Según Hernández y, como consecuencia del cambio climático, la intensidad con la que ocurren los desastres naturales se ha multiplicado por tres. Este hecho supone que los costes de los desastres también se han multiplicado proporcionalmente (casi 200.000 millones de euros) y, así, las coberturas son insuficientes. Entre las medidas que ha aportado el consejero están diseñar mapas de riesgos y de vulnerabilidad para advertir a los turistas sobre las zonas peligrosas para irse de vacaciones. Además, Hernández ha insistido en que éstos deben contratar seguros.



La secretaria de Estado para el Cambio Climático, Teresa Ribera, durante la clausura de Futuralia 2009.

Teresa Ribera: 'La entrada de más turistas incrementa nuestros riesgos'

La clausura de la segunda edición de Futuralia ha corrido a cargo de la secretaria de Estado para el Cambio Climático del Gobierno de España, Teresa Ribera, que ha aplaudido este tipo de iniciativas y ha apostado por la continuidad del foro. Durante su intervención, Ribera ha insistido en la "permanente inversión de la Administración española en calidad e infraestructuras turísticas". Además, ha indicado que el reto más importante del Gobierno en esta

materia es "conciliar los beneficios que supone el turismo para el país con el desarrollo de gestiones que permitan minimizar los efectos de esta actividad sobre el medio ambiente".

En este sentido, Teresa Ribera, ha apuntado que "a mayor número de visitantes recibidos, se producen mayores riesgos, consumo y concentración de residuos que impactan en el entorno". De ahí, la necesidad de alcanzar un mayor nivel de sensi-

bilidad de la actividad turística con los cambios en el clima.

La secretaria de Estado ha enumerado una serie de actuaciones sobre políticas de respeto al medio ambiente que está desarrollando el Gobierno y que se enmarcan en el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático con la colaboración entre agentes públicos y privados. Entre ellos, identificar cartográficamente zonas críticas amenazadas y facilitar modelos de gestión.

Reunión-almuerzo para fijar Conclusiones de ponentes del II Foro, con la Mesa del Turismo

Ponentes del Foro y miembros de la Mesa del Turismo, bajo la presidencia de Juan Andrés Melián y moderados por el presidente del Comité Organizador de Futuralia, Eugenio de Quesada, mantuvieron en el Eurostars Madrid Tower el tradicional almuerzo de trabajo, tras la clausura oficial del II Foro para la Sostenibilidad.

El encuentro permitió a los participantes expresar públicamente sus ideas-fuerza que, a modo de conclusiones, serán recogidas en la detallada "Memoria de Futuralia 2009", distribuida al Sector como monografías de los Periódicos NEXOTUR y CONEXO.



Almuerzo de trabajo celebrado en el salón del Eurostars Madrid Tower.

Convoca



Patrocinan



Organiza

