



FRANCESC ANTICH

Economía sostenible

PÁG. 9 / El Turismo debe jugar un papel fundamental en la economía sostenible



ANTONIO BERNABÉ

Mantener el liderazgo

PÁG. 9 / La transformación e innovación de la oferta es la forma de mantener el liderazgo



WILLIAM TAN

Homogeneizar condiciones

PÁG. 9 / UFTAA apuesta por un IVA y una protección de pasajeros igual para Europa



ANSELMO DE LA CRUZ

Mercados europeos

PÁG. 7 / Transhotel optimiza sus relaciones comerciales en los mercados europeos



RAMÓN BUENDÍA

Valor de la compra

PÁG. 2 / Hay que proporcionar al cliente el valor de la compra a través de un especialista

Globalia duplica sus beneficios pese a la caída del 10% en su facturación

La minorista del grupo, Halcón Viajes, registra unas pérdidas de seis millones

Con 3.500 millones de euros, Globalia Corporación ha experimentado en el ejercicio 2009 una caída de su facturación del 10%. A pesar de estas cifras, el

grupo presidido por Juan José Hidalgo ha obtenido unos beneficios de 32 millones de euros, frente a los 16 millones registrados en el año 2008.



Manuel López, director general.

Las agencias son clave para el éxito de Iberia

Para Iberia las agencias son uno de los factores clave en su éxito. El 78% de los ingresos de la aerolínea provienen de este canal. **Pág. 4**

'El Consultor' explica la retribución flexible

El Consultor explica cómo mantener a la plantilla motivada en el trabajo a través del Sistema de Retribución Flexible. **Pág. 19**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 23**

Destaca la caída del 20% de las ventas de Halcón Viajes, así como del 4% de Air Europa. Por su parte, Travelplan "se mantiene en niveles similares" y Groundforce incrementa su volumen de negocio. El director general de Halcón Viajes, Fernando García Rascon, subraya respecto a los seis millones de euros de pérdidas de la minorista, que es la primera vez que



Juan José Hidalgo

"pierde dinero" y que se debe "a la aplicación de una reducción de costes muy fuerte, con un ajuste muy potente destinado a rejuvenecer la compañía". Hidalgo prevé que los beneficios del grupo en 2010 "se reduzcan un poco", mientras que la facturación "se mantendrá en niveles similares, o incluso puede que se recupere".

Escaparate en págs. 13

El Sector transmite a Mesquida la necesidad de un fondo de garantía

El Sector de agencias ha trasladado al secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, su propuesta para crear un fondo de garantías que cubra las quiebras de aerolíneas o agencias. Aunque aún no se conoce el posicionamiento oficial, en declaraciones previas a NEXOTUR, Mesquida destacaba que "la propuesta tiene sentido". Para el secretario, "aunque



Joan Mesquida

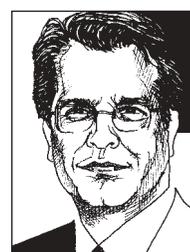
se ha hecho mucho por mejorar la protección de los viajeros, aún hay camino por recorrer para ofrecer mayores garantías". Así, Mesquida, que destacaba a NEXOTUR sus "buenas relaciones con el Sector de agencias", reconoce que "no es una situación ideal para la imagen del país sucesos como los de Air Madrid o Air Comet".

Escaparate en págs. 6

Hacienda apoya a las agencias en defensa del IVA reducido

El ministerio muestra su 'sensibilidad' ante el Sector

El Ministerio de Economía y Hacienda rechaza los cambios del Régimen Especial de Agencias de Viajes (REAV) que pretende aplicar la Comisión Europea e incluso se plantea "defender los intereses del Sector ante el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea", como ha explicado la secretaria general de Hacienda, Dolores Beato, al grupo de trabajo Agencias de Viajes e IVA, coordinado por David



David Gómez

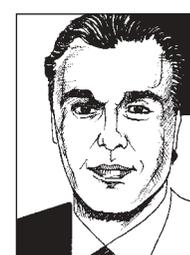
Gómez Aragón, con los que ha mantenido un encuentro. Así lo confirma el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, quien destaca la "sensibilidad" mostrada por el Ministerio de Economía y Hacienda, asegurando, al mismo tiempo,

que "han dicho que harán lo posible por que los cambios planteados por la Comisión para modificar el REAV no salgan adelante".

Escaparate en págs. 6

FEAAV rompe sus relaciones con Spanair por 'incumplimientos'

FEAAV ha interrumpido sus relaciones con Spanair "tras meses de diálogo y espera", ante los "reiterados incumplimientos en diversas materias que se vienen produciendo por parte de la aerolínea". "Ha despreciado al Sector de agencias", señala el presidente de la Federación, Rafael Gallego. Entre los factores que han desencadenado el



Rafael Gallego

desencuentro destaca que la compañía aérea no ha hecho frente al pago de los cargos por emisión de las subvenciones a los residentes, que le ha reclamado FEAAV. Gallego recuerda que "se dan los retrasos desde hace dos años", y calcula que debe hacer frente a un pago de "casi 250.000 euros".

Escaparate en págs. 11

TARIFAS DE ENSUEÑO

by AIRFRANCE

DESDE

99€

PARÍS

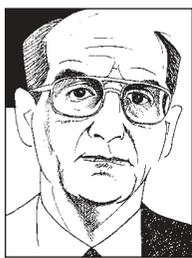
www.afkl.biz/es

Tarifa todo incluido salvo gastos de emisión. Requiere compra anticipada, consulta condiciones de aplicación.

CLAVES

Situación del Sector Turístico (y II)

AS GRANDES agencias, aunque disponen de mayores recursos y sinergias se ven fuertemente afectadas por los factores indicados y consecuentemente es de prever que se produzca un mayor grado de concentración empresarial y una importante y profunda remodelación de sus estructuras, con el fin de alcanzar la productividad necesaria que les permita garantizar su continuidad con la rentabilidad necesaria.



☞ JOSÉ M. MACIÑEIRAS

Las medianas agencias de viajes están sufriendo un mayor desgaste y deterioro y son la parte más afectada del Sector.

En este segmento es en el que se producirán las mayores y más profundas transformaciones, pues su escaso margen de maniobra y la ausencia de sinergias grupales, les hacen más vulnerables ante los adversos factores citados, por lo que inevitablemente tendrán que producirse en este segmento los mayores cambios, puesto que su supervivencia pasa por una profunda reestructuración de recursos, de costes y de productividad, imprescindibles para alcanzar la rentabilidad perdida.

Sin embargo nuestro Sector, que se encuentra en permanente transformación desde finales de los años 90, está acostumbrado a los cambios y tanto sus empresarios como los directivos y trabajadores, acumulan una gran experiencia, lo que les proporciona un alto valor. Los agentes de viajes, estamos forjados en la cultura del sacrificio y la innovación y hemos demostrado sobradamente que tenemos un gran conocimiento de las peculiaridades del Sector y una extraordinaria capacidad de adaptación, lo que sin duda es un importante valor añadido, que debe ser aprovechado, llegando incluso a aportar su experiencia a otros escenarios del Turismo Internacional, en donde podrán ayudar a liderar los cambios necesarios.

Con ese espíritu sereno y optimista, pero no por ello menos realista, abordamos hoy esta importante Conferencia de Ministros de Turismo, gracias a la iniciativa y al empuje del Grupo Nexo que lidera el evento de forma eficaz y perseverante por lo que les felicito y animo a continuar esta ya larga y fecunda experiencia.

En tal situación se hacen más evidentes algunas de las debilidades que sufren determinadas agencias de viajes y que afectan a la percepción, por parte del cliente, del valor de los servicios que estas empresas turísticas deben prestar, basados en una sólida formación en productos y destinos, así como en técnicas de atención, asesoramiento y trato al cliente.

NO CABE DUDA DE que el mayor tropiezo que ha tenido nuestro sector a lo largo de 2009, como otros muchos, es la tan manida crisis, que tanto negó el Gobierno, cuando los españoles medianamente informados y con una visión lógica y objetiva del panorama, la estábamos viendo venir.

A pesar de lo dicho el Sector estaba sufriendo su 'particular crisis' en estos últimos tiempos dada la atomización, cada vez más progresiva del mercado, originada, tanto por la aparición de nuevas micro empresas, como por la expansión de la red de ventas propia de las grandes organizaciones, creada para poder dar salida directa a sus propios productos programados.

En España la ratio de puntos de venta de agencias de viajes por cada 10.000 habitantes es de 1,7 (según estudios de Amadeus), a todas luces desproporcionado, puesto que supone casi un 50% más de los existentes en Francia, Alemania o Gran Bretaña, países tradicionalmente emisores de Turismo y con un nivel económico-social sensiblemente superior al nuestro.

Las nuevas tecnologías y concretamente Internet, ha facilitado la comercialización y venta directa de ciertos proveedores hacia el consumidor se suman, lo que se suma a los factores negativos que influyen en el problemático momento por el que pasa este atribulado eslabón de la industria turística.

¿Cómo ha venido reaccionando el Sector frente a esta crítica situación?

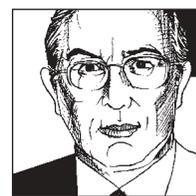
A mi juicio personal de una forma un tanto heterodoxa, puesto que ha surgido una agresiva competencia entre las más potentes organizaciones, una 'guerra de precios', que no ha supuesto un aumento sensible de viajeros, pero sí les ha provocado una apreciable bajada de rentabilidad, lo que, para alguna de estas grandes redes podría, a corto o medio plazo, traer consecuencias imprevisibles y ciertamente complicadas.

Muchas pequeñas empresas, no han podido resistir los embates de esta competencia y han 'echado el cierre' o, en el mejor de los casos, han optado por una drástica reducción de gastos y estructura.

En tal situación se hacen más evidentes algunas de las debilidades que sufren determinadas agencias de viajes y que afectan a la percepción, por parte del cliente, del valor de los servicios que estas empresas turísticas deben prestar, basados en una sólida formación en productos y destinos, así como en técnicas de atención, asesoramiento y trato al cliente.

'El futuro de este negocio ya no es el de un simple intermediario comisionista, a partir de ahora las empresas se verán obligadas a cobrar por unos servicios bien definidos, que proporcionen al cliente las expectativas y el valor de la compra de sus viajes a través de un especialista', subraya el gerente de UNAV

TRIBUNA



☞ RAMÓN BUENDÍA

La agencia de viajes, ese difícil reto (I)

obligadas a cobrar por unos servicios bien definidos, que proporcionen al cliente las expectativas y el valor de la compra de sus viajes a través de un especialista. Para ello es necesario tener en cuenta las siguientes premisas:

de los directivos está en la aplicación y vigilancia de estos conceptos. Otro de los 'nubarrones' que se cierne sobre este complejo mundo de las agencias de viajes, radica en la débil sensibilidad asociativa. Gracias a las Asociaciones se consigue atajar otros grandes problemas que, cada día, preocupan más a nuestras empresas.

UNAV lleva años luchando por una unificación o, al menos alcanzar una única representación sectorial supra-asociativa, que ostente la fortaleza de todo un Sector y defienda así, con el apoyo de todos, los intereses del mismo, pero desafortunadamente esto no cuaja y en lugar de ello, algún pequeño núcleo, jaleado y arrojado por ciertos personajes, se ocupa de poner piedras en el camino, con incomprensible interés en denostar y devaluar la labor de las Asociaciones y sus dirigentes, sin tener la gallardía de incorporarse a las mismas, para prestar su ayuda y sus ideas, involucrándose en mejorar la gestión de cuestiones injustas y dañinas para este negocio, que, entienden, no están siendo bien gestionadas.

Como ejemplo podemos remitirnos a los logros ante las compañías aéreas e IATA, en relación con el pretendido endurecimiento de los pagos al BSP y las condiciones de avales, que ha sido posible contener gracias a largas y laboriosas negociaciones. Otro aspecto es la labor que varias de las más importantes Asociaciones y empresas están desarrollando para conseguir una rebaja del IVA para las agencias, así como otros muchos asuntos que están en marcha, todos ellos argumentos más que suficientes para pedir el apoyo a estas entidades, sin las cuales la indefensión del Sector sería más que preocupante, como lo entienden gran parte de las grandes organizaciones y pymes que se encuentran, como miembros, vinculadas a las mismas.

Hay una gran cantidad de pymes que están alejadas del asociacionismo empresarial, pero que, no obstante, se aprovechan de los logros conseguidos, haciendo gala del viejo refrán de "ande yo caliente...", sin ver que algún día se pueda romper algo que a todos beneficia y que el único interés y objetivo es y será el salvaguardar y velar por todas y cada una de las empresas, puesto que de otra forma entrarán en tal desprotección que suponga el convertirse en auténticas marionetas en peligro de extinción.

☞ Ramón Buendía es gerente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV).



Esta necesidad de formación para el óptimo desarrollo de la actividad de una agencia de viajes es ineludible, máxime cuando las circunstancias lo exigen de forma perentoria. El verdadero valor añadido, que estos intermediarios han de mostrar al cliente, para captar su interés, su atención y, como consecuencia, su confianza y fidelización, está basado en una adecuada y formación profesional, pero, desgraciadamente, no es éste el comportamiento habitual de

una parte de los vendedores, que se han convertido en meros transmisores de la información que aparece en los folletos turísticos, sin llevar a cabo las técnicas adecuadas para materializar una venta. Cuanto más complicado se presenta el mercado, más necesario se hace el utilizar los recursos clásicos y técnicas de venta que nos permitan, cuando menos, conservar una clientela básica y ello tiene su base en esa percepción de la que hablaba, consistente en que el cliente valore el servicio y la utilidad que precisa de una agencia de viajes.

El futuro de este negocio ya no es el de un simple intermediario comisionista, como hasta hace poco tiempo ha venido ocurriendo, a partir de ahora las empresas se verán

—Un asesoramiento adecuado a las necesidades de cada consumidor.

—Una información, completa y profesional sobre servicios y destinos.

—Saber transmitir los valores de la garantía y seguridad que ofrece la agencia de viajes.

—Prestar una información amplia, veraz y de interés para el viajero.

—Resolver dudas, problemas y objeciones del consumidor.

—Practicar la 'empatía', ganando así la confianza del cliente.

—Valorar, con profesionalidad, la comodidad y eficacia que supone su gestión.

Es un trabajo arduo y diario, pero éstos y otros aspectos de la venta, nos llevarán a fidelizar a los clientes frente a la competencia que no les sepa evidenciar las ventajas y confianza que supone el hecho de utilizar nuestra gestión, siendo en el presente y sobre todo para el futuro la única puerta de salida, en una difícil encrucijada, para la pervivencia de muchas empresas de nuestro Sector.

No perdamos por tanto ni un segundo en tomar conciencia de la importancia que representa, el crear equipos bien formados, creativos, motivados y que tengan conciencia que su gran éxito de futuro está en los pequeños éxitos de cada día, con todos y cada uno de los clientes que aparecen por nuestra oficina. La labor

En España hay 1,7 agencias por 10.000 habitantes, un 50% más de los existentes en Francia, Alemania o Gran Bretaña

Con las Asociaciones se consigue atajar grandes problemas que, cada día, preocupan más a nuestras empresas

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 Vogel

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

¿Qvo vadis, Spanair?

VUELTA A LAS ANDADAS. Spanair ha logrado algo que, afortunadamente, pocas aerolíneas pueden exhibir: poner en su contra al mayor lobby empresarial del Sector: FEAAV, la gran Federación de Asociaciones que agrupa al mayor número de agencias asociadas.

Despreciar al agente de viajes, tal y como denuncia el presidente de FEAAV, es un síntoma de la falta de rumbo definido por parte de una compañía aérea que parece haber perdido el norte en su errática política comercial con el canal de distribución.

Parte del Sector disculpó la eliminación temporal del cobro de *fees* como una decisión puntual, motivada por razones de estrategia comercial, pero la dirección de Spanair declinó dar las explicaciones lógicas que le había requerido su gran fuerza de ventas. Así, en lugar de establecer un diálogo fluido con su brazo comercial, Spanair ha venido dando la llamada por respuesta a su principal aliado en materia de comercialización.

Las reclamaciones del Sector a Spanair se acumulan. Empezando por los ingresos correspondientes a los cargos de emisión de las subvenciones estatales a residentes en Baleares y Canarias, los cuales suponen alrededor de la mitad del margen comercial de las agencias de las islas.

Las Asociaciones echan en falta una comunicación más fluida con una aerolínea, cuya historia ha estado estrechamente ligada a las agencias, tanto en su etapa fundacional y de consolidación en el Grupo Marsans, como en la gestión posterior realizada por el Grupo SAS. Transparencia y comunicación que, según FEAAV, han brillado por su ausencia en cuestiones tan sensibles como la extinción del

acuerdo ITA por el que Spanair vendía vuelos de la quebrada Air Comet, sin usar códigos compartidos. FEAAV se lamenta de los graves perjuicios económicos para las agencias que supuso la no comunicación de la ruptura del acuerdo Spanair-Air Comet hasta el 22 de octubre.

Esta triple queja (eliminación temporal del *fee*, retraso en pago de subvenciones a residentes y falta de comunicación de la ruptura con Air Comet), ha llevado a FEAAV a denunciar ante la opinión pública el "desprecio" que, a su juicio, viene mostrando Spanair hacia su principal fuerza de ventas.

Resulta paradójico que, cuando las grandes aerolíneas como Iberia dan marcha atrás en su estrategia de venta directa y apuestan por la agencia como

distribuidor de sus productos, la política comercial de Spanair choque una y otra vez con las minoristas.

Para nadie es un secreto la difícil situación en que se haya una compañía como Spanair, en cuya gestión pesa en exceso criterios de corte político, y cuyas necesidades de financiación son cada vez más acuciantes. Por otra parte, está en cuestión si Spanair podrá sobrevivir en solitario, sin la previsible integración en uno de los grandes grupos aéreos. Un futuro de incertidumbres, compartido con el conjunto del transporte aéreo, al que no debiera añadirse el enfrentamiento con su fuerza de ventas. La dirección de Spanair ha de preguntarse hacia dónde va su política comercial, y recuperar el diálogo y la empatía con los agentes de viajes. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Spanair no debe sumar a los factores de incertidumbre del transporte aéreo, un enfrentamiento con su gran fuerza de ventas que no hace más que debilitar esta emblemática compañía aérea

▲ check-in / FACUA

Consumidores contra Ryanair

Aunque en buena parte se trate de una estrategia de promoción de esta Organización de Consumidores, la noticia de que Facua ha nominado a Ryanair como candidata a ser la peor empresa del año, en pugna con los abusos de los principales operadores de telefonía móvil (y de la también aerolínea Air Comet), es un hecho digno de ser destacado.

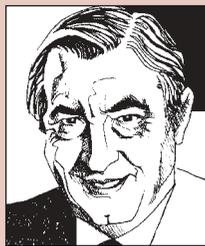
Ryanair, una de las pocas compañías que impide que la agencia intermedie en su comercialización en el mundo, se ha declarado *enemigo número uno* del Sector, al que utiliza en sus vulgares pero efectivas campañas de *marketing* y al cual difama ante la opinión pública, sin hasta ahora haber pagado por ello.

Que Organizaciones de Consumidores y usuarios pongan el foco informativo en Ryanair, difundiendo lo que en realidad es (una pésima compañía aérea que maltrata al cliente), es una excelente noticia para los agentes de viajes, que son los mejores valedores de los legítimos intereses de sus clientes.

Ryanair ha hecho de la manipulación de la información una norma de comportamiento. Y no sólo en las ridículas (pero rentables) comparecencias ante la prensa de su histriónico presidente. Este convertido transportista irlandés está demostrando ser un auténtico maestro del posicionamiento en las redes sociales. Cualquier opinión en contra en la Red sobre este transportista, genera de inmediato un alud de testimonios a favor, que saben a cena pagada, a cargo de una legión de esos nuevos mercenarios a sueldo para la defensa de la reputación *online* que, curiosamente, trabajan principalmente para defender el buen nombre de los peores proveedores.

★ personaje de la semana / Juan José Hidalgo

El presidente de Globalia ha presentado las cuentas del último ejercicio, en el que facturó 3.500 millones de euros, pese a la caída generalizada de las ventas, doblando su beneficio gracias al fuerte recorte de costes aplicado.



Juan José Hidalgo da ejemplo, un año más, de ortodoxia en su corporación empresarial, que es un modelo de consolidación de cuentas, gestión ordenada, aprovechamiento de sinergias entre empresas, así como de transparencia.

★ la chispa / Quique



▼ check-out / RESULTADOS 2009

...Hasta Halcón pierde dinero

Un 20% cayeron las ventas de Halcón Viajes Ecuador el pasado año, según los datos de facturación de Globalia Corporación Empresarial, que evalúa en seis millones de euros las pérdidas de la mayor agencia española por número de puntos de venta. Resultado negativo que no ha impedido que Globalia duplique los beneficios consolidados declarados, pasando de 16 a 32 millones de euros, pese a la caída de las ventas del grupo en un 10%. La clave de esta cuadratura del círculo está sin duda en el severo recorte de gastos aplicado en el último ejercicio.

Tras reconocer (y agradecer) el ejercicio de transparencia que caracteriza al grupo de Juan José Hidalgo, que demuestra ser el más ortodoxo, pese a haber sido tildado históricamente de lo contrario, los datos de Halcón vienen a confirmar lo que era un secreto a voces: ninguna de las grandes redes, salvo Viajes El Corte Inglés, gana hoy dinero.

La exigua rentabilidad de las agencias (en torno al 1% de las ventas) ha desaparecido, también en las principales minoristas. Las grandes agencias (desde Halcón y Marsans hasta Viajes Iberia y Barceló, sin olvidar a las multinacionales de *business* como Carlson Wagonlit o American Express), pierden dinero.

A esta situación ha llevado una pinza surgida de la feroz guerra de precios y descuentos (impulsada por las grandes redes) y de la caída del consumo de viajes y vacaciones (a causa de la crisis).

Aunque no sea un consuelo para los agentes independientes, la entrada en pérdidas de las grandes pone a las claras que el problema no es de las pequeñas, sino que ya afecta a todo el Sector.

La fusión entre Iberia y British Airways se formalizará en las próximas semanas, con la firma del protocolo definitivo de fusión / No creemos que la creación de un fondo de garantías, tal y como se está planteando, sea la medida más adecuada / Las agencias son nuestro canal natural de distribución, aunque es cierto que ha habido una cierta migración hacia Internet

«En 78% de los ingresos han sido generados a través de agencias»

Manuel López / Director General Comercial y de Clientes de Iberia

El director general Comercial y de Clientes de Iberia, Manuel López Aguilar, repasa para NEXOTUR el presente y futuro de una compañía aérea que, pese a cerrar 2009 "con resultados negativos", pretende recuperar en 2010 la rentabilidad perdida. Además, López Aguilar aborda cuestiones de candente actualidad, como la fusión con British Airways, que "se podría formalizar en las próximas semanas, aunque en términos prácticos no se materializará hasta el último trimestre de 2010", así como su relación con las agencias.

P.- ¿Qué resultados ha obtenido Iberia en el ejercicio 2009?

R.- El año se cierra con resultados negativos, consecuencia de las dificultades que atraviesa el sector aéreo por la crisis económica. En 2009, Iberia ha llevado a cabo una reducción de nuestra oferta de aproximadamente el 6%, lo que se ha reflejado de forma proporcional en la demanda. Asimismo, el

factor de ocupación se ha mantenido en niveles similares, a unas décimas del 80%. Los ingresos se han situado en 4.400 millones de euros.

P.- ¿Cuáles son los objetivos de Iberia para el año 2010?

R.- El objetivo fundamental es que Iberia vuelva a ser rentable. Después de 13 años ininterrumpidos logrando beneficios, la coyuntura adversa mundial nos ha hecho tener pérdidas en el 2009, y por ello el objetivo es volver a situarnos en la senda de la rentabilidad.

P.- ¿Confía en la recuperación del transporte aéreo a finales de 2010?

R.- La previsión para el 2010 es acabar con un resultado neto positivo. Pequeño, pero positivo. Y efectivamente confiamos en una recuperación de forma progresiva a lo largo del año. Manejamos un elevado número de previsiones económicas de las diversas organizaciones e instituciones internacionales, y éstas indican que el mercado que más puede crecer es el latinoamericano, seguido del norteamericano y el europeo. En este momento ya estamos notando una subida de Latinoamérica e indicios de recuperación en el europeo. El doméstico, sin embargo, aún muestra una situación endeble.

P.- ¿Cuándo se completará la fusión de Iberia y British? ¿En qué punto se encuentran las negociaciones?

R.- La fusión entre Iberia y British Airways se formalizará en las próximas semanas, con la firma del protocolo definitivo de fusión. A partir de ahí, se pondrán en marcha todos los procesos legales relacionados con competencia, con las regulaciones

de las autoridades aeronáuticas, y de las de los mercados de valores, hasta llegar a las aprobaciones de las respectivas juntas de accionistas. Con estas premisas podemos decir que en términos prácticos, la fusión y la operación del nuevo grupo resultante empezará a todos los efectos en el último trimestre del año.

P.- ¿Cabe la posibilidad de que no salga adelante la fusión?

R.- En estos procesos tan complejos, hasta que no se discute el último artículo y se producen las firmas correspondientes, no se puede decir que el proceso

ha culminado, pero la realidad es que las posibilidades de que la fusión no vaya adelante son mínimas.

P.- ¿Se habían planteado una fusión con otra aerolínea, como por ejemplo Air France?

R.- En Iberia siempre hemos creído que el proceso de concentración de líneas aéreas es inevitable. Por tanto, hemos tomado un papel activo en la búsqueda del socio adecuado. Es evidente que ante un proceso de esta trascendencia siempre se contemplan, aunque sean como mero ejercicio comparativo obligatorio, otras opciones, entre las que se encontraban compañías aéreas tan importantes como Air

France, o incluso Lufthansa, pero al final estamos muy satisfechos con haber alcanzado el acuerdo con British. Siempre hemos creído firmemente que es el socio ideal.

P.- Hábleme de la relación de Iberia con las agencias de viajes.

En la actualidad, estamos analizando todas las posibilidades existentes para reforzar nuestra presencia y posición en el mercado. Creemos que es imprescindible crecer y aumentar el número de rutas. Iberia es una compañía aérea de red por lo que cuanto mayor sea ésta, mejor será nuestro posi-



R.- El nuevo equipo directivo tiene muy claro que Iberia tiene que trabajar muy estrechamente unida a las agencias de viajes. Para nosotros son un factor clave de éxito futuro de nuestra gestión y por ende, de la aerolínea. Queremos establecer una política clara de cooperación y colaboración con las agencias, y que vean a Iberia como su socio y aliado. No pretendemos que sean meras palabras. Es evidente que existen áreas en las que podemos chocar o tener visiones contrapuestas, pero creo firmemente que si somos capaces de estable-

cer un buen marco de confianza mutua, los posibles puntos de desencuentro se pueden solucionar.

P.- ¿La fusión con British podrían perjudicar las buenas relaciones que tiene Iberia con las agencias?

R.- Como explicaba anteriormente, una de las cosas positivas del proceso de fusión, es que cada aerolínea gozará de una amplia autonomía de gestión. Por ello, la relación de Iberia con las agencias de viajes no va a verse afectada en modo alguno por este proceso.

P.- ¿Qué porcentaje de sus ventas corresponde a las agencias?

R.- El 78% de los ingresos de Iberia en España han sido generados a través de agencias de viajes. Este porcentaje da muestras de la importancia que para nosotros tiene el que consideramos nuestro canal natural de distribución.

P.- ¿Han crecido respecto a 2008?

R.- El diferencial ha sido mínimo, si bien es cierto que ha habido una cierta migración hacia Internet. Pero también en este nuevo ámbito de la distribución, las agencias online han jugado un papel muy relevante.

P.- Del resto de canales, ¿cuál es el que mejor evoluciona?

R.- Como he dicho con anterioridad, es el mundo online el único que ha crecido de forma moderada. Las tiendas de ciudad decidimos cerrarlas, y las del aeropuerto desempeñan un papel más importante gestionando cambios, reemisiones e incidencias, que vendiendo billetes. Por último la venta telefónica ha sufrido un retroceso, basando su tarea principalmente en la información y soporte al pasajero.

P.- Las aerolíneas han logrado modificar ligeramente el sistema BSP, endureciendo las condiciones a aquellas agencias que no cumplan con unas ratios financieras. ¿Cuál es la posición de Iberia al respecto?

R.- En ningún caso pretendemos perjudicar económicamente a las agencias de viajes. Simplemente protegernos de aquellas que supongan una clara amenaza hacia los proveedores, y también hacia el cliente final. Conviene recordar que la nueva normativa está siendo consensuada con las Organizaciones empresariales de agencias, y que entre las nuevas condiciones que contempla está la acreditación de los nuevos entrantes, lo cual beneficia también al agente, protegiéndonos de intrusismo o empresas de dudosa fiabilidad.

P.- Se ha planteado una liquidación semanal del BSP para determinadas agencias. ¿No cree que supondría un grave perjuicio?

R.- Esa es la tendencia a nivel mundial. Lo que parece claro es que la normativa anterior data de tiempos pretéritos, y está absolutamente obsoleta. Las negociaciones están abiertas y confío en que cerremos un buen acuerdo para todos.

P.- Las agencias pretenden crear un plan de protección para los casos de quiebra. ¿Está Iberia a favor de esta medida?

R.- No creemos que sea la medida más adecuada tal y como se está planteando. Iberia está completamente de acuerdo en colaborar en la protección del pasajero, pero entendemos que existen otras alternativas. Debe estrecharse la vigilancia y recortarse los plazos de suspensión de la actividad de operadores con fragilidad financiera manifiesta. Sin embargo, la creación de una tasa adicional, o fondo de garantía, podría encarecer los billetes, y eso es algo que no compartimos.

El objetivo fundamental para el presente ejercicio es que Iberia vuelva a ser rentable

La relación de Iberia con las agencias no va a verse afectada por la fusión con British Airways

Reforzaremos nuestra presencia en el mercado

En la actualidad, estamos analizando todas las posibilidades existentes para reforzar nuestra presencia y posición en el mercado. Creemos que es imprescindible crecer y aumentar el número de rutas. Iberia es una compañía aérea de red por lo que cuanto mayor sea ésta, mejor será nuestro posi-

cionamiento y mayor cuota de mercado tendremos. Tenemos decidido ya la apertura de nuevos destinos como Amman y Damasco, donde volaremos este verano, y además tenemos previsto poner en marcha planes de crecimiento en Latino-

américa, especialmente en el centro y Caribe. Así mismo estamos en la fase final de apertura de algunos nuevos destinos punto a punto en Latinoamérica y esperamos antes de final de año poder inaugurar la ruta a Angola una vez nos otorguen los

permisos necesarios. Lo que va a ser evidente es que vamos a ver una Iberia muy agresiva con una clara voluntad de ganar cuota de mercado y ser una gran aerolínea. Además, todos los mercados se han visto afectados por la crisis, y en algunos momentos se han registrado caídas de hasta el 25%.



MANUEL LÓPEZ



Sistema de E-Learning de AMAVE / Capacitación Online para Agentes de Viajes
con el apoyo de la Subsecretaría del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España y la colaboración del Diario NEXOTUR.com

CURSO ONLINE DE GEOGRAFIA TURISTICA DE EUROPA PARA AGENTES DE VIAJES

Características Generales

Continente pequeño pero con gran riqueza y variedad de recursos turísticos. Idóneo para circuitos terrestres y aeroterrestres generalistas. Gran mezcla cultural de anglosajones, eslavos y latinos con invasiones históricas de culturas orientales, mediterráneas e islámicas; y emigraciones históricas de diversos grupos étnicos y comunidades mundiales.

Predominio de religión cristiana con todas sus manifestaciones y estilos artísticos: cristiano primitivo, románico, gótico. Lenguas diversas con predominio de inglés, francés, alemán, español,



PLAN DE FORMACIÓN 'ON-LINE' DE LA ASOCIACIÓN AMAVE

- Curso *Geografía Turística de Europa*
- Curso *Geografía Turística de Oriente Medio y Norte de África*
- Curso *Geografía Turística de África*
- Curso *Geografía Turística de Asia y Oceanía*
- Curso *Geografía Turística de Caribe, México y Centroamérica*
- Curso *Geografía Turística de Sudamérica*
- Curso *Geografía Turística de España*
- Curso *Geografía Turística de Norteamérica*

Los profesionales pueden realizar gratuitamente los cursos y obtener su Diploma acreditativo en:

www.nexotur.com

**Sistema de E-Learning Profesional de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE)
(Programa de Capacitación Online para Agentes de Viaje)**

Realizado con la Ayuda de la Subsecretaría del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España y la Colaboración Técnica de las empresas Nexotel, Nexo Telemático Srl, Nexo Editores Srl y Nexopublic Srl (Filiales del Grupo NEXO)

Sistema de E-Learning Propiedad de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE)

Sede Social: Calle Leganitos, 35. 28013 Madrid (España). Tel. (+34) 91 541 37 86 / Web: www.amave.org

escaparate

Los españoles realizan un 3% más de viajes

Los españoles han realizado 174,5 millones de viajes en el ejercicio 2009, un 3,3% más que en 2008. El 92% de los viajeros se decanta por destinos nacionales, mientras que el 7,2% elige el extranjero. **Pag. 22**

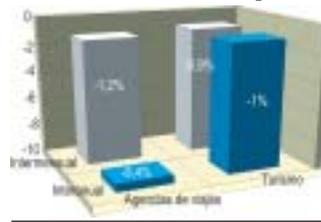
Evolución destinos nacionales



En enero la tasa interanual de empleo cae en un 10%

Las agencias de viajes y turoperadores tenían empleados en enero a 53.300 trabajadores. Esto supone un descenso del 10% respecto a enero de 2009 y del 1,2% si se compara con el mes anterior. **Pag. 7**

Evolución número de empleados



La producción del BSP de enero desciende un 6%

La producción total del BSP se ha reducido en enero un 6%. En los vuelos domésticos, el descenso ha sido del 15%, mientras que en el mercado internacional la disminución ha sido del 2%. **Pag. 7**

■ Prontuario

Museos y turoperadores (I)

DESDE QUE ABRIÓ SUS puertas en el año 2000, Guinness Storehouse ha crecido hasta convertirse en la atracción turística más visitada de Irlanda, superando el millón de visitantes en 2009, y en la tercera atracción ligada a una marca más visitada del planeta.

El centro de visitantes Guinness Storehouse se construyó en una antigua planta de fermentación, un edificio protegido situado en la fábrica de cerveza de St. James's Gate (Dublín). El museo abarca 51.816 metros cuadrados distribuidos en siete pisos y construidos alrededor de un atrio con forma de pinta gigante. En lo



☞ FIONA HERALD

alto del edificio se encuentra el Gravity Bar, que es el punto más alto desde el que se puede observar la ciudad y donde se puede tomar una pinta que va incluida en el precio de la entrada.

Cuando en 2008 me uní al departamento de Marketing de Guinness Storehouse, llevaba 14 años en la industria del Turismo. Ya entonces había oído hablar de lo buenas que eran las relaciones de este museo con los turoperadores. Una vez dentro comprobé cómo el negocio proveniente de las empresas turísticas se ha cultivado y desarrollado con esmero y es ahora una parte muy importante de nuestra gestión, especialmente en temporada alta.

Guinness Storehouse recibe visitantes de todo el mundo, principalmente de Reino Unido, EE UU, Italia, Irlanda, Alemania, Francia, Australia y Escandinavia. Cuidar a nuestros visitantes y ofrecer un excelente servicio de atención al cliente es primordial en un negocio como el nuestro y somos especialmente conscientes de las necesidades y requisitos de los grupos, por lo que los turoperadores son grandes aliados nuestros.

☞ Fiona Herald es responsable de Desarrollo de Negocio de Guinness Storehouse.

Hacienda apoya a las agencias en su lucha contra la modificación del REAV que plantea Bruselas

El Sector avisaba que este cambio 'supondrían la expulsión de las agencias del mercado de viajes de empresa'

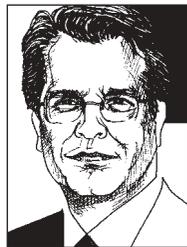
El Ministerio de Economía y Hacienda rechaza los cambios del Régimen Especial de Agencias de Viajes (REAV) que pretende aplicar el Ejecutivo euro-

peo y se plantea, incluso, "defender los intereses de las agencias en el supuesto de que finalmente se interponga un recurso de incumplimiento contra

España ante el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea". Así se lo ha hecho saber la secretaria general de Hacienda a las agencias de viajes.

"España no debe proceder en ningún caso a modificar la actual regulación del Régimen Especial de Agencias de Viajes (REAV) en el sentido que propone la Comisión Europea (CE)". Esta demanda, transmitida a través de un escrito conjunto de las Organizaciones empresariales de agencias de viajes al secretario de Estado de Hacienda, Carlos Ocaña, parece haber surtido efecto.

En una reunión mantenida el pasado viernes entre el grupo de trabajo Agencias de Viajes e IVA, coordinado por David Gómez Aragón, y la secretaria general de Hacienda, Dolores Beato, las agencias han recibido el apoyo del Ejecutivo. Así lo confirma el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, quien destaca la



David Gómez

"sensibilidad" mostrada por el Ministerio de Economía Hacienda, asegurando, al mismo tiempo, que "han dicho que harán lo posible por que los cambios planteados por la Comisión para modificar el REAV no salgan adelante". Asimismo, Maciñeiras señala que Hacienda "defen-

derá los intereses de las agencias incluso en el supuesto de que finalmente el Ejecutivo europeo interponga un recurso de incumplimiento contra España ante el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea".

Las Asociaciones se oponen

En concreto, tal y como adelantó NEXOTUR, la CE reclama que se elimine el procedimiento existente en la

normativa española que permite a las agencias emitir una factura a sus clientes empresarios en la que traslada un importe aproximadamente equivalente, aunque siempre inferior a las cuotas del IVA que gravan los servicios que les suministra la agencia, importe que actualmente puede ser deducido por los referidos clientes empresarios en sus autoliquidaciones por dicho impuesto". Según las Asociaciones que forman parte del citado grupo de trabajo, la interpretación del REAV que propugna la Comisión "daría lugar a la expulsión de las agencias del segmento de viajes de empresa, pues éstas pasarían a adquirir sus productos directamente a través de los hoteles y empresas de transporte, ya que estas compañías sí podrían seguir repercutiéndose el IVA en sus facturas". Por ello, las agencias mani-

fiestan su "oposición a cualquier modificación del REAV en España".

Durante el encuentro con la secretaria general de Hacienda, descrito por el presidente de AEDAVE como "muy satisfactorio", las agencias también han reclamado que se armonice de los tipos de IVA de los productos turísticos en la Unión Europea, así como la rebaja del IVA para las agencias hasta el 7% —en la actualidad es del 16% y el 1 de julio pasará al 18%—. En cuanto a la primera de las cuestiones, Hacienda se ha comprometido a llevar esta demanda ante la Comisión, aprovechando la presidencia de España de la Unión Europea, si bien reconoce lo complicado de su aplicación. En segundo lugar, sobre la bajada del tipo de IVA de las agencias, demanda que fue rechazada en el Senado y en el Congreso, Hacienda asegura que lo plantearán a nivel europeo.

El Sector traslada a Mesquida la necesidad de crear un fondo de garantías del aéreo

El secretario de Estado de Turismo afirmaba a NEXOTUR que la propuesta de las agencias 'tiene sentido'

El Sector de agencias de viajes, encabezado por FEAUV y ACAV, ha trasladado al secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, su propuesta para crear un fondo de garantías que cubra las quiebras de compañías aéreas o agencias. Aunque aún se desconoce el posicionamiento oficial de la Secretaría de Estado de Turismo, en declaraciones previas a la cita concedidas en exclusiva a NEXOTUR, Mesquida explicaba que "la propuesta de las agencias de viajes tiene sentido", ya que, "aunque se ha hecho mucho por mejorar la protección de los viajeros, aún hay camino por recorrer para ofrecer mayores garantías". En esta línea, el secretario de Estado de Turismo, que destaca

sus "buenas relaciones con el Sector de agencias de viajes", reconoce que "no es una situación ideal para la imagen del país sucesos como los de Air Madrid o Air Comet". Antes de reunirse con Mesquida, el Sector ya había presentado su propuesta al Ministerio de Fomento, que la acogió de forma "muy receptiva".

Un euro de cada billete

Esta iniciativa abarca dos conceptos. Por un lado, en el caso de un cese de operaciones de una aerolínea, se debería reembolsar el importe de los billetes, independientemente del canal utilizado para adquirir el pasaje, o bien repatriar a los pasaje-

ros. Por otra parte, en caso de quiebra de una agencia de viajes, el fondo pagaría a las aerolíneas afectadas el importe de los billetes pendientes de pago. Aunque aún faltan aspectos por concretar, la intención de sus precursores es crear el fondo de garantías recaudando de cada billete de avión vendido en España una cantidad aproximada de un euro, o bien añadir dicho importe a las tasas de salida. Estarían obligadas a cobrarlo a sus clientes todas las aerolíneas que operen en el territorio español —vuelos con salida desde España—, y el fondo, gestionado por una entidad integrada por el sector privado y público, se ejecutaría cuando concudiesen las circunstancias citadas anteriormente.



Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.

Transhotel optimiza sus relaciones comerciales

Transhotel estrena estructura de ventas. Ésta agrupa alrededor de nueve regiones, cinco de ellas en Europa, Oriente Próximo y África (EMEA). Con esta iniciativa pretende optimizar la relación comercial de sus clientes en los mercados europeos. "Este modelo permitirá fortalecer la coordinación de las acciones corporativas en diferentes mercados, sin mermar la atención personalizada a las agencias".

El Congreso reforma Ley de Comercio Minorista

El Congreso de los Diputados ha votado a favor de la modificación de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista. Con esta reforma se adapta a la Ley Omnibus, encargada de la transposición de la Directiva Europea de Servicios, más conocida por su promotor, Bolkestein. La nueva regulación, que afecta a las agencias de viajes, tiene por finalidad facilitar el libre establecimiento.

Cinco destinos españoles, los preferidos de británicos

Málaga es el destino más solicitado por los turistas británicos. Según un estudio del buscador de viajes Skyscanner, la ciudad de la Costa del Sol ha sido la que más búsquedas de vuelos económicos ha registrado en enero desde Reino Unido. Además, otras cuatro ciudades españolas —Alicante, Tenerife, Palma de Mallorca y Lanzarote— están entre las diez primeras.

Daimler Buses registra un beneficio de 183 millones

Daimler Buses ha cerrado 2009 con 32.482 unidades vendidas, que frente a las 40.591 de 2008 supone una caída del 20%. Su cifra de negocio se ha visto afectada igualmente por la caída de la demanda a nivel mundial aunque de forma más suave: la facturación pasó de 4.808 millones de euros en 2008 a 4.238 millones de euros en 2009, permitiendo registrar un beneficio operativo de 183 millones de euros.

Producción BSP de Agencias de Viajes en Enero de 2010

AVIACIÓN	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL TOTAL BRUTO	TOTAL PRODUCCIÓN	
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE				
VENTAS	57,0	10,4	91,2	21,7	181,8	66,4	248,2	236,8
%	-9%	-9%	3%	15%	-2%	-15%	-6%	-4%

Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

©NEXOTUR

El BSP en el mercado nacional cae un 15% en enero y el internacional un 2%

América y Extremo Oriente experimentan sendas mejoras de 3% y 15%

En el primer mes del presente año, la producción total del BSP-IATA para España se reduce un 6%, frente a la caída del 8% del mes de diciembre. Mientras que la facturación relativa a los vuelos internacionales mitiga su caída, registrando una variación negativa del 2%, el segmento doméstico continúa mostrando la peor cara, con una contracción de dos dígitos, concretamente del 15%.



Juan Carlos Odelé

retracción se debe, un mes más, a la evolución negativa que experimenta el mercado doméstico, que con 66,4 millones de euros, registra una bajada del 15% respecto al mismo mes analizado del ejercicio anterior.

Todo lo contrario sucede con el mercado internacional, que al igual que los últimos meses mitiga su caída interanual. En concreto, la facturación del BSP-IATA para España relativa a los vuelos internacionales registra una bajada del 2%, frente a la contracción del 4% del mes anterior, con 181,9 millones de euros.

América, mercado que concentra más de la mitad de la facturación internacional, experimenta una evolución del 3%, con 91,2 millones de euros. Con 21,7 millones de euros, Extremo Oriente también registra una variación positiva, creciendo un 15% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Evoluciones negativas

Europa, que aporta 57 millones de euros, concluye el mes con una bajada del 9%, idéntica a la de diciembre. Finalmente, África, mercado con menor facturación, experimenta un recorte del 9%, contabilizando 10,4 millones de euros.

Las agencias dan empleo a 53.300 trabajadores en enero

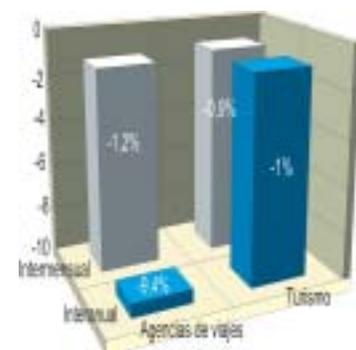
Aunque no ha sido un mes de grandes caídas, en enero se continúa destruyendo empleo. Considerada como la segunda industria del país, el Turismo da trabajo a 1,8 millones de personas, cifra inferior a la registrada en diciembre. Por su parte, el número de afiliados en agencias se reduce un 1,2%.

El número de trabajadores afiliados en las actividades características del Turismo experimenta un ligero retroceso en enero. Según los datos expuestos por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), el Turismo contabiliza 1,8 millones de trabajadores, con un descenso mensual del 0,9%. En comparación con el mismo mes del año anterior, este Sector cuenta con un 1% menos de empleados.

El segmento de hostelería y agencias de viajes, que engloba a las agencias y turoperadores, servicios de alojamiento y servicios de comidas y bebidas, da empleo a 1,2 millones de personas en enero, un 1,3% menos que el pasado mes de diciembre, mientras que la variación interanual es del -1,2%. Las agencias minoristas y turoperadores cuentan en enero con 53.298 empleados, experimentando una ligera disminución mensual del 1,2%. Si bien en comparación con enero de 2009, el Sector de agencias muestra una bajada cercana al 10%.

Los servicios de alojamiento, que cuentan con 212.367 trabaja-

Evolución número de empleados



Fuente: IET.

©NEXOTUR

dores en toda España, concluyen el primer mes del año con una bajada mensual del 1,3% e interanual del 1,2%. Por su parte, los servicios de comidas y bebidas, principales generadores de empleo con 975.543 puestos de trabajo, cosechan una caída del 1,2% respecto a diciembre, manteniéndose estable en comparación con el mismo mes del pasado año.

Aunque el segmento de hostelería y agencias de viajes muestra un comportamiento negativo en la práctica totalidad de Comunidades autónomas, Baleares y Navarra logran desmarcarse. La primera es la única región que ha generado más puestos de trabajo en enero, con una variación mensual favorable del 0,5%, mientras que Navarra presenta las mismas cifras que en diciembre.

Ofrece a tus clientes precios especiales para reservas de grupos

- + ¡Una plaza gratis, por cada 21e plaza reservada!
- + 3 % de descuento a partir de 10 pax, y 5 % a partir de 15 pax.
- + Cambios de nombres sin coste hasta 3 días antes de la salida del vuelo.

Si deseas más información, nuestro departamento de grupos está a tu entera disposición:
grupos@airberlin.com Tfno: +34 971 43 40 33

airberlin

Your Airline.

100% Agentes

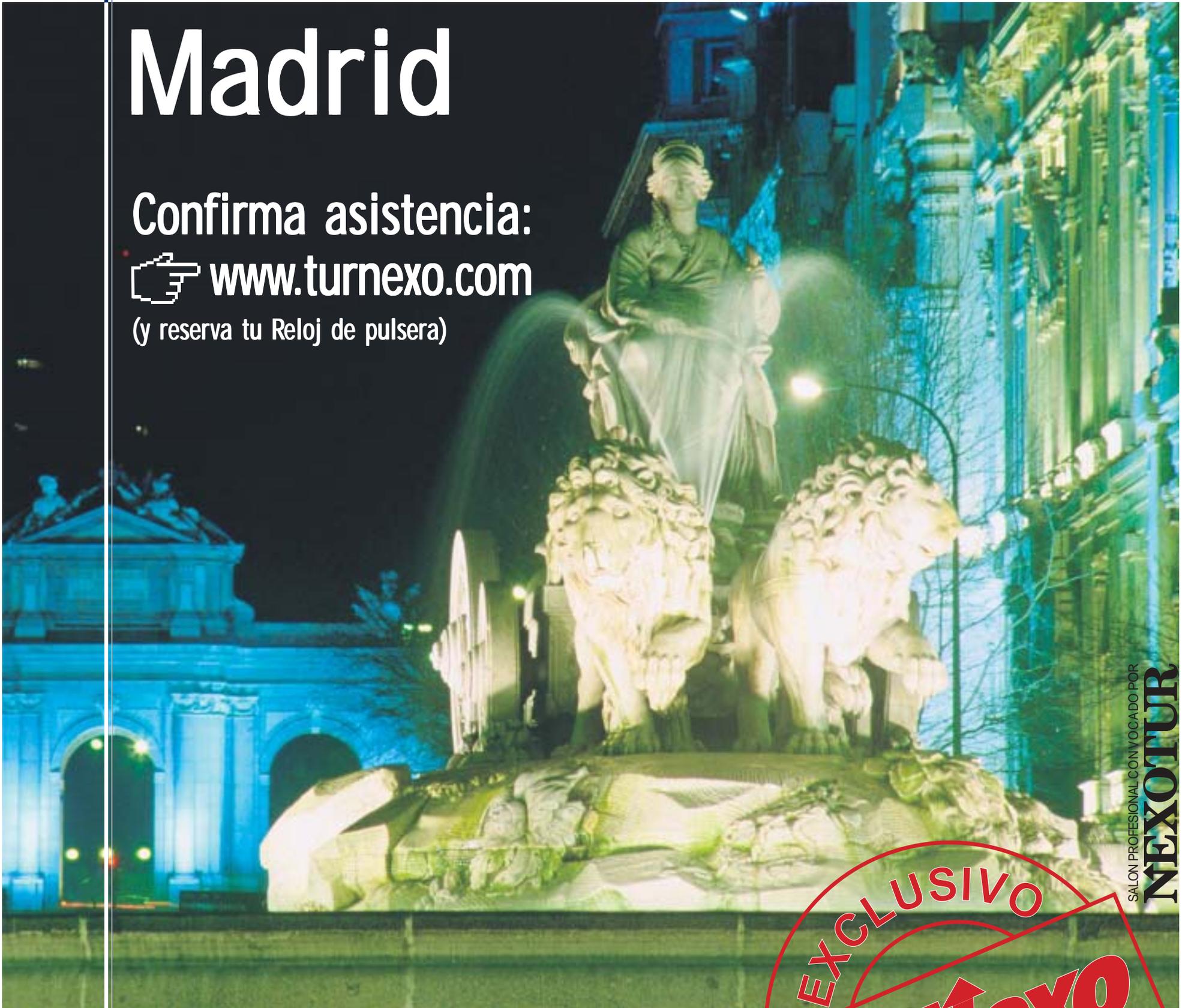
Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:

 www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Martes 6 de Abril
Hotel Santo Domingo

Nexopublic
CONSULTING

Air Europa promociona España en el extranjero

Air Europa cooperará con la Secretaría de Estado de Turismo en la realización de acciones de publicidad y *marketing* conjuntas para fomentar el Turismo e incrementar el tráfico aéreo hacia España. La Secretaría destinará 1,6 millones de euros. Se trata del segundo acuerdo de promoción entre ambas entidades, si bien el anterior contó con una dotación de 80.000 euros.

Julia Travel colaborará con Grand Circle Travel

Julia Travel gestionará los servicios receptivos de Grand Circle Travel, turoperador norteamericano especializado en vacaciones de larga distancia y cruceros. Con este acuerdo, Julia Travel inicia su estrategia de posicionamiento en el mercado internacional. El director de la empresa, Nacho Casanova, indica que "España, Cataluña y Barcelona siguen siendo destinos de referencia".

Johannesburgo recibe a los ministros de Turismo

El Ministerio de Turismo de Sudáfrica, en colaboración con la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha organizado en Johannesburgo una reunión de ministros de Turismo. En el anterior encuentro, celebrado en Kazjstán, la Organización expresó la voluntad firme de que el Turismo se insertara de forma generalizada en las decisiones económicas mundiales.

El gasto turístico baja un 8% en Brasil en 2009

En el ejercicio 2009, Brasil ha recibido un total 6,4 millones de visitantes extranjeros, cifra idéntica en comparación con el año anterior. En cuanto a las llegadas en vuelos regulares, el destino registra un ligero avance del 0,15%. Pese a ello, los ingresos turísticos experimentan una contracción del 8% respecto a 2008, situándose en 3.890 millones de euros.

Antich: 'El Turismo debe jugar un papel fundamental en la apuesta por una economía sostenible del Gobierno'

El presidente balear destaca que Fomento 'ha tenido en cuenta la importancia de los aeropuertos para el Turismo'

"Somos líderes en Turismo y queremos seguir siéndolo". El presidente del Gobierno balear, Francesc Antich, que ha repasado la situación que atraviesa el Turismo en su Comuni-

dad autónoma, aboga por "una reconversión general", así como por "el refuerzo del 'sol y playa' con ofertas complementarias". Como destaca el presidente balear, "El Turismo

es el 60% de nuestra actividad económica", explica el presidente, resaltando que "con un territorio que es el 2% de España, representamos más del 20% del Turismo del país".

El presidente del Gobierno de Baleares, Francesc Antich, remarca que "el Turismo debe jugar un papel fundamental en la apuesta por una economía sostenible formulada por el Gobierno de España". Durante su intervención en el Foro de la Nueva Economía, Antich ha



Francesc Antich

repasado, en primer lugar, la importancia de dicha actividad para Baleares, destacando que "somos líderes en Turismo y queremos seguir siéndolo". "El Turismo es el 60% de nuestra actividad económica", explica el presidente, resaltando que "con un territorio que es el 2% de España, re-

presentamos más del 20% del Turismo del país".

Antich, que señala que "el Turismo debe ir asociado a la sostenibilidad y a la conservación del patrimonio y de los recursos naturales", aboga por una "reconversión general". "Debemos trabajar por ser más competitivos, por reforzar y mejorar nuestra oferta con la singularidad y la profesionalidad necesarias para que los clientes nos prefieran a nosotros ante la gran competencia de destinos".

En cuanto a los cambios propiciados por las nuevas tecnologías, el presidente del Gobierno recalca

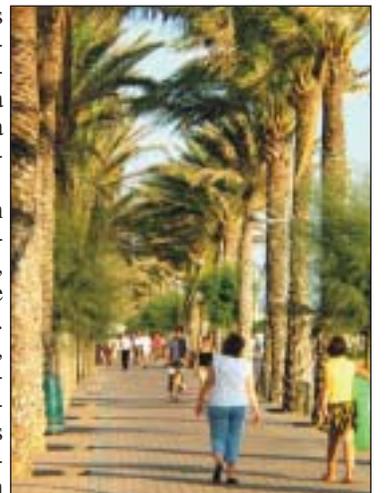
que "cada vez son más numerosos los turistas que organizan sus vacaciones por su cuenta". Por ello, aboga por "la puesta en marcha de las tecnologías adecuadas para la promoción y contratación".

Otro aspecto fundamental para Antich es la diversificación de la oferta turística existente en Baleares. "El Turismo de 'sol y playa', en el que somos líderes, necesita, además, refuerzos como el Turismo cultural, medioambiental, gastronómico o de aventura". "Ello implica", prosigue, "mucho esmero en la conservación del patrimonio y de todas las riquezas que nos hacen singulares y únicos".

El presidente del Gobierno balear también ha abordado la reducción de

las tasas de navegación anunciadas por el Ministerio de Fomento. Al respecto, alaba que "Blanco haya planteado argumentos que, por primera vez, tienen en cuenta la importancia de los aeropuertos para la competitividad de la actividad turística".

Antich recuerda que "la imagen del aeropuerto es la primera y la última que percibe el turista, con lo cual, su gestión tiene estratégicamente para nosotros vital importancia". Como punto y final, el presidente, que valora "positivamente" esta bajada, señala que "la fuerte competencia existente nos obliga a ser ágiles en el funcionamiento de los aeropuertos, ya que en las islas sin un buen transporte no hay Turismo".



Antich quiere reforzar el 'sol y playa'.

UFTAA busca modificar la relación contractual con las compañías aéreas

La Unión apuesta por la creación de un plan de protección del pasajero

La UFTAA apuesta por "un cambio en las relaciones con las aerolíneas, la creación de un plan de protección del pasajero a nivel europeo y la aplicación de un IVA idéntico". Así lo confirma el presidente de CEAVyT, que ha acudido a la reunión celebrada por la Unión de Federaciones con motivo de BIT 2010.

Aprovechando la celebración de la Feria de Turismo de Milán (BIT 2010), la Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA) ha congregado a Asociaciones de agencias de viajes procedentes de España, Francia e Italia. Durante el encuentro, tal y como confirma a NEXOTUR el presidente de Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT), José Manuel Maciñeiras, se ha acordado "la realización de un análisis profundo a nivel europeo para tratar de cambiar las relaciones contractuales entre agencias y compañías aéreas". Al respecto, Maciñeiras considera que "hay una serie de aspectos, como el sistema de pago, que deben



UFTAA quiere un plan de protección del pasajero a nivel europeo.

ser modificados, adaptándolos así a la nueva coyuntura económica".

Otro de los aspectos abordados durante la reunión ha sido el tipo de IVA de los productos turísticos. "Hemos concretado que no debe ser únicamente una lucha española, sino que debe llevarse a cabo a nivel europeo", apunta el presidente de CEAVyT, subrayando que "no podemos competir en temas fiscales, por lo que es necesario armonizar el IVA". Además, prosigue, "hay que tener en cuenta que algunos países com-

petidores no tienen IVA o tienen otros tipos e impuestos más reducidos, por lo que competimos en desventaja".

Finalmente, los representantes del Sector de agencias presentes en el encuentro de la UFTAA han acordado "la puesta en marcha de un plan de protección del pasajero a nivel europeo". Al respecto, Maciñeiras considera que aunque la iniciativa que se está llevando a cabo en España "podría servir de referencia, para que esto sea efectivo debería abarcar el ámbito supranacional".

TurEspaña apuesta por la transformación e innovación

El director general de TurEspaña, Antonio Bernabé, ha destacado que las dos maneras de mantener el liderazgo del Sector son la "transformación y la innovación" de la oferta turística, así como "reforzar la colaboración entre todas las administraciones públicas y las empresas privadas". Estas declaraciones las ha realizado durante la celebración del foro Intelitur (Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación turística).



Antonio Bernabé

Asimismo, ha asegurado que, pese a que la crisis "ha tenido impactos negativos", ha generado dos consecuencias "positivas". La primera ha sido la concienciación de que "ya no se puede mantener el ritmo de cambio" del Sector, sino que "hay que acelerar las propuestas" para que tener una oferta "más competitiva". La segunda, es que el Turismo "se ha dado cuenta de que se requiere la colaboración conjunta de los sectores público y privado" para poder llevar a cabo esta

"transformación". Igualmente, ha subrayado que la Organización Mundial del Turismo (OMT) "prevé un aumento del Turismo exterior" producido por la "mejora de las economías en países como Alemania y Francia". Así lantea que hay que "estar preparados para poder revalidar el liderato mundial".

Por su parte, el director gerente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Eduardo Moreno, ha señalado que "probablemente", la oferta española "no tenga las mejores playas, hoteles, instalaciones o los mejores precios", pero sí "una oferta rica". Así, ha agregado que "el conocimiento del mercado exterior es determinante" para conocer "cuáles y dónde" son los cambios que se deben realizar para hacer una "profunda adaptación". El Turismo "es una actividad que reúne al sector aéreo, el transporte y los hoteles, entre otros", ha explicado, subrayando que el empresario debe incluir "valores añadidos".

100% Agentes

Turnexxo

Catalunya

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Jueves 8 de Abril
Eurostars Grand Marina

Confirma asistencia:
 **www.turnexo.com**
(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

El Plan FuturE contará con 400 millones de euros

El Consejo de Ministros ha aprobado la firma de un convenio entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Instituto de Crédito Oficial para la puesta en marcha del Plan Future 2010. Con esta nueva línea de financiación, que cubrirá hasta el 100% de los proyectos de inversión, el Ejecutivo pondrá 400 millones a disposición de las empresas turísticas.

UCAVE oferta un 50% más de cursos formativos

UCAVE aumentará en un 50% los programas de formación destinados a sus agencias. Estos cursos, de carácter gratuito, se llevarán a cabo en colaboración con diferentes Oficinas de Turismo y compañías aéreas. Según apuntan desde la Asociación, se pretende que los profesionales "puedan revalorizarse para ofrecer un mejor servicio en un contexto de incertidumbre".

La Junta promocionará la Serranía de Ronda

La Serranía de Ronda tendrá un especial protagonismo en el Plan de Acción 2010 de la Junta de Andalucía. Así lo explica el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, quien asegura que se promocionará como "uno de los destinos más singulares de Andalucía". Alonso ha anunciado la puesta en marcha de un programa de calidad turística para la Serranía.

Huguet presenta el nuevo Catalunya Convention

El consejero de Innovación, Universidades y Empresa, Josep Huguet, ha presentado el Catalunya Convention Bureau (CCB) ante 300 profesionales del mercado de reuniones. "Su creación responde a la voluntad de la Agencia Catalana de Consumo de mejorar la competitividad en este segmento turístico, considerado estratégico", aseguran sus responsables.

FEAAV 'rompe relaciones con Spanair por reiterados incumplimientos' y la acusa de 'despreciar al Sector'

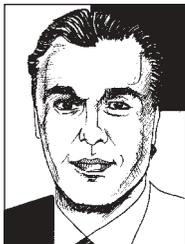
La Federación pide a la aerolínea que haga frente al pago de los cargos por emisión de las subvenciones a los residentes

A la espera de encontrar una solución, FEAAV ha anunciado la "interrupción de sus relaciones con Spanair". Los desencadenantes de esta decisión son la eliminación temporal

del cargo por emisión, la tardanza en anunciar a las agencias la ruptura del acuerdo con Air Comet y el retraso en el pago de los cargos por emisión de las subvenciones de resi-

dentos. Asimismo, la Federación critica las "agresivas campañas de Spanair, como el 25% de descuento para empresas o la posibilidad de pagar sin servicio *fee* a través de La Caixa".

FEAAV interrumpe sus relaciones con Spanair. La Federación presidida por Rafael Gallego toma esta decisión, "tras meses de diálogo y espera", ante los "reiterados incumplimientos en diversas materias que se vienen produciendo por parte de la compañía aérea". "Spanair ha despreciado al Sector de agencias de viajes", apunta Gallego.



Rafael Gallego

que no obtuvo respuesta, la retirada de un anuncio insertado en su *web* en el que se publicaba la eliminación temporal del cargo por emisión". Este comportamiento es considerado ilegal por parte de la Federación, "dado que busca prescindir de un coste real con el objetivo de ganar cuota de mercado".

Asimismo, FEAAV trasladó en noviembre sus quejas por la tardanza de Spanair en anunciar a las agencias la extinción de su acuerdo ITA (International Traffic Agreement) con Air Comet. Mediante dicho convenio, ambas ae-

rolíneas podían vender vuelos de la otra con su propia placa sin ser código compartido. "Si bien la ruptura del acuerdo no presentaría ningún problema, la no comunicación del mismo a las agencias hasta el 22 de octubre supuso graves perjuicios económicos para éstas".

Spanair debe 250.000 euros

Por otra parte, Rafael Gallego explica a NEXOTUR que FEAAV reclamó a Spanair "que hiciese frente al pago de los cargos por emisión de las subvenciones a los residentes, solicitud a la que ya estaban haciendo frente otras aerolíneas". Al respecto, la Federación destaca

que "dicho cobro resulta fundamental para el futuro inmediato de las agencias, ya que supone alrededor del 50% de su margen comercial durante un año".

"Pese a los reiterados anuncios encaminados a la solución del problema, el cobro sigue sin producirse", explica. En concreto, Gallego, que recuerda que "desde hace dos años ya se venían dando los retrasos en los pagos", calcula que Spanair debe hacer frente a un pago de "casi 250.000 euros". Estos desencuentros, sumados a las "agresivas campañas que está llevando a cabo Spanair, como el 25% de descuento para empresas o la posibilidad de pagar sin servicio *fee* a través

de La Caixa", han llevado al Consejo de Administración de FEAAV a "romper sus relaciones".

Acuerdo con sus trabajadores

Por otra parte, las asambleas de pilotos y tripulantes de cabina de Spanair han aprobado los preacuerdos alcanzados con la compañía aérea sobre los despidos y la reducción salarial. Queda ratificado el despido de 117 pilotos y la degradación de unos 70 comandantes a pilotos. En cuanto al acuerdo con los tripulantes de cabina, incluye el despido de unos 75 trabajadores y una rebaja salarial de entre un 3% y un 5%, según la antigüedad.

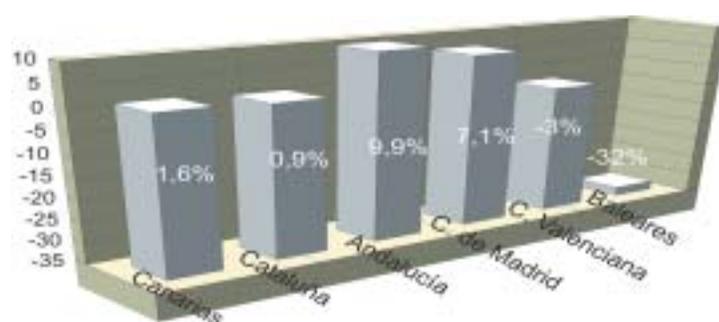
Tras 18 meses de caídas, España registra un leve aumento del número de turistas

Los visitantes extranjeros llegados con 'paquete' turístico mitigan su descenso en enero

España ha recibido un total de 2,5 millones de turistas internacionales en enero, lo que ha supuesto un aumento del 1,1% en comparación con el mismo mes de 2008, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). De este modo, la llegada de visitantes al país ha roto con 18 meses consecutivos de caídas.

Entre los diferentes mercados emisores, aunque no todos presentan variaciones positivas, sí se aprecia una cierta ralentización en la caída de algunos de los países con mayor peso. Por ejemplo, Reino Unido registra una contracción interanual del 8,7%, bajando por primera vez desde octubre de los dos dígitos. Alemania cierra este mes con una disminución del 6,3%, lo que también supone para este mercado reducir su ritmo de descenso. Francia, tercera potencia emisora, continúa con su recuperación particular, registrando un incremento interanual del 5,5%..

Evolución de las Comunidades de destino en enero



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

Aunque la recuperación de los mercados internacionales ha influido de forma positiva en la gran mayoría de Comunidades, algunas de ellas, como Comunidad Valenciana y, especialmente, Baleares, continúan empeorando las cifras de 2009. Todo lo contrario sucede en Canarias, Cataluña, Andalucía y Comunidad de Madrid, que registran variaciones positivas del 1,6%, 0,9%, 9,9% y 7,1%, respectivamente.

Pese a seguir cosechando variaciones negativas, el 'paquete' turístico frena su ritmo de caída en el mes de enero. Mientras que en diciembre de 2009 la llegada de visitantes con un viaje organizado disminuía un 17%, en enero la bajada interanual es del 1,3%, contabilizando 812.000 turistas. Por su parte, el número de viajeros que se han decantado por otras formas de organización aumenta un 2,9%.

La vía aérea registra un 6% menos de pasajeros en 2009

El tráfico aéreo de pasajeros en Europa ha disminuido un 5,9% en 2009 respecto al ejercicio anterior, pese a que el año se ha cerrado con "algunos signos de confianza" y un aumento del volumen de pasajeros en toda la región del 2,2% en el mes de diciembre, según apuntan desde el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI, por sus siglas en inglés). Los aeropuertos que han experimentado un mayor crecimiento en el último mes del pasado ejercicio han sido los de Roma (+13,8%), Estambul (+9,5%), Madrid-Barajas (+4,9%) y Munich (+4,2).

Estas cifras avalan el duro año que ha sufrido el sector aéreo, que ha perdido cerca de 100 millones de pasajeros con respecto al ejercicio anterior, lo que supone situarse en niveles de 2006, ha destacado el director general de ACI en Europa, Jankovec Olivier. "Si bien al final del año mostró algunos signos de renovada confianza, el ritmo de la recuperación del tráfico de pasajeros es todavía muy lento", ha indicado la ACI,

que agrupa a más de 400 aeropuertos de 46 países (el 90% del tráfico comercial en Europa).

Prudencia de cara a 2010

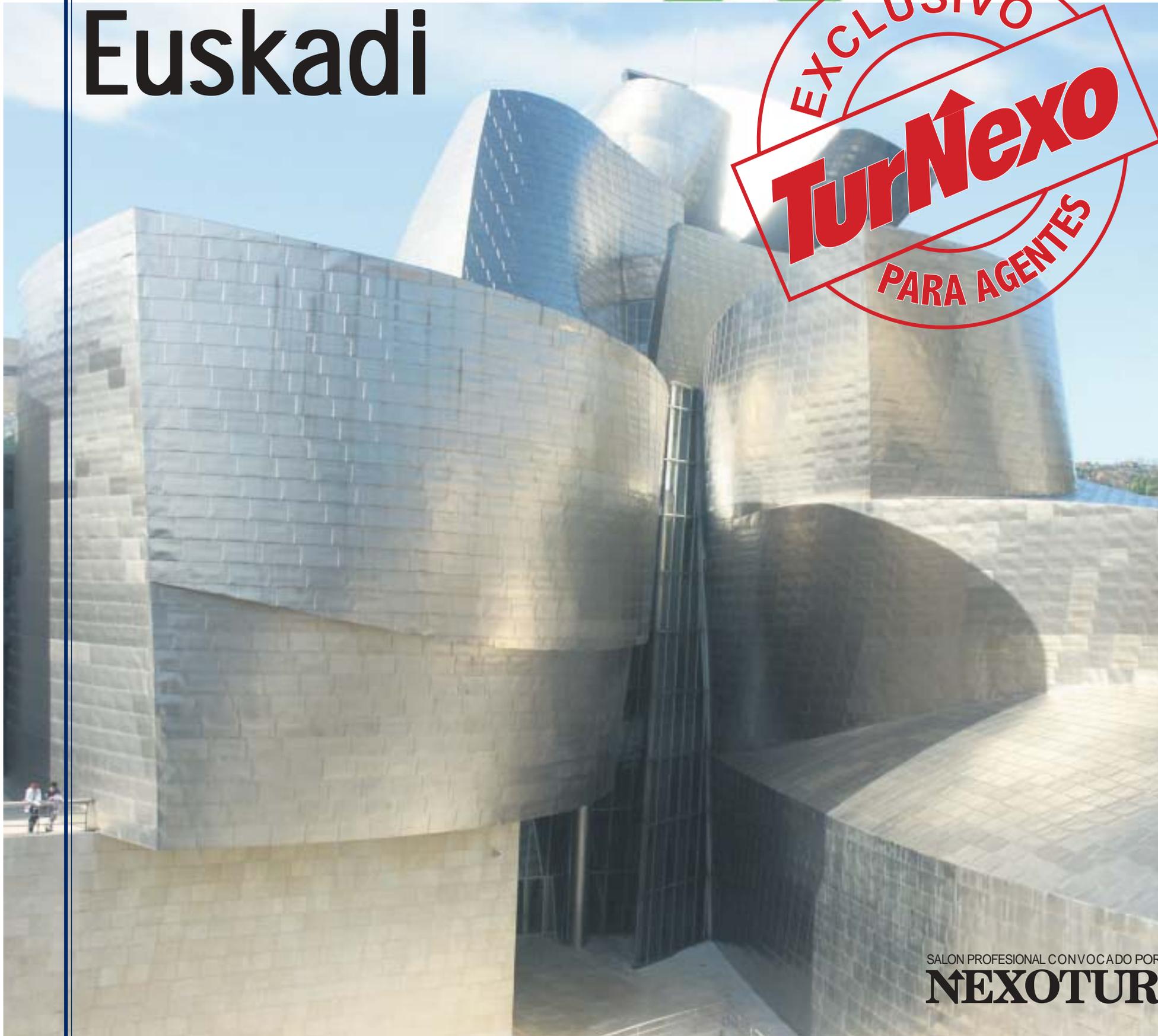
En cuanto a las previsiones para 2010, el director general de ACI en Europa se ha mostrado prudente dada la "frágil recuperación económica" prevista en el continente y sobre todo, ante "los cambios estructurales significativos" a los que hará frente el sector de la aviación. Asimismo, ha comentado que podrían introducirse en los aeropuertos "nuevas medidas de seguridad", tras el frustrado atentado en el aeropuerto de Detroit la pasada Navidad.

"Los aeropuertos de toda Europa seguirán apretándose el cinturón y reduciendo los costes", ha afirmado Olivier. Igualmente, ha indicado que las infraestructuras aeroportuarias tendrán que prepararse para ser aún más competitivas, lo que "no será una tarea fácil, después de varios meses de caídas de ingresos".

100% Agentes

Turnexo

Euskadi



Martes 20 de Abril
Gran Hotel Domine Bilbao

Confirma asistencia:
 www.turnexo.com
(y reserva tu Reloj de pulsera)

Vueling gana 27 millones con ayuda de las agencias

Vueling ha obtenido unos beneficios de 27,7 millones de euros en 2009, triplicando sus ganancias. La cifra de negocios anual alcanza los 601 millones de euros, lo que supone una mejora del 36,3%. Vueling destaca que la mejora en sus resultados refleja la contribución decisiva de las ventas a través de agencias de viajes, tanto en número de pasajeros como en el ingreso bruto.

Giramondo renueva la imagen de su 'portal'

Giramondo, que cumple diez años en el mercado español, ha renovado la imagen de su 'portal'. Aunque mantiene su dirección web www.giramondo.es, la agencia ha incorporado numerosas novedades e introducido nuevos contenidos con el fin de "hacerla más atractiva tanto para el cliente final como para las agencias de viajes Giramondo", informan desde la empresa.

Andalucía crece un 20% como destino de cruceros

El número de cruceristas llegados a los puertos andaluces en 2009 se ha incrementado un 20%, pasando de 659.000 a cerca de 789.000 viajeros. Según indica Sunruise Andalucía, asociación encargada de la promoción de la Comunidad como destino de cruceros, el número de escalas ha sido inferior. En concreto, se han contabilizado 700 escalas en 2009, frente a las 707 de 2008.

Canarias destinará 18 millones en promoción

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, y la consejera de Turismo de Canarias, Rita Martín, han firmado un convenio por valor de 18 millones de euros para el desarrollo de acciones conjuntas de *marketing* durante 2010-2012. Con el acuerdo se pretende mejorar el posicionamiento de los destinos y productos de las islas y desarrollar campañas conjuntas de *marketing*.

Pese a las pérdidas de seis millones de euros de Halcón Viajes, Globalia gana 32 millones en 2009

Hidalgo espera que la minorista 'mejore' en 2010 y que los resultados de Travelplán se mantengan 'equilibrados'

Aunque en términos de facturación Globalia experimenta un descenso del 10%, hasta los 3.500 millones de euros, el grupo turístico presidido por Juan José Hidalgo concluye

su ejercicio fiscal con 32 millones de euros de beneficios. Halcón Viajes, que pierde seis millones de euros, factura un 20% menos que en el ejercicio anterior. Por su parte, la cifra

de negocios de Air Europa registra una contracción interanual del 4%, mientras que la de Travelplán se "mantiene en niveles similares" y Groundforce aumenta su volumen.

Globalia registra un beneficio de 32 millones de euros en su último ejercicio fiscal, frente a los 16 millones ganados en el anterior. Si bien, según indica su presidente, Juan José Hidalgo, la facturación del grupo disminuye cerca de un 10% en este periodo, hasta los 3.500 millones de euros, con un descenso del 4% en las ventas de Air Europa y del 20% en Halcón Viajes. Travelplán "se mantiene en niveles similares", mientras que la compañía de *halding* Groundforce aumenta su volumen de negocio.

En el caso concreto de Halcón Viajes, minorista del grupo que dirige Fernando García Rascón, registra unas pérdidas de seis millones de euros. Al respecto, García Rascón, que re-

cuerda que "es la primera vez que pierde dinero", asegura que estos resultados se deben a "la aplicación de una reducción de costes muy fuerte, con un ajuste muy potente destinado a rejuvenecer la compañía". El responsable de la agencia apunta que "en el conjunto de los beneficios el grupo compensa estas pérdidas" y muestra su confianza en que el mercado se estabilice en 2010.

Casi 1.700 puntos de venta

En 2009, Halcón Viajes ha incorporado unas 300 nuevas oficinas franquiciadas a su red, por lo que ya cuenta con cerca de 1.700 agencias de viajes, de las que "el 98% son renta-

bles", apunta García Rascón. Por ello, descarta "fusionarse o quedarse con algún otro grupo". En este sentido, el director general de la minorista destaca la necesidad de formar al personal de las nuevas oficinas franquiciadas, equiparlas con sus sistemas y acondicionarlas, por lo que la empresa crece actualmente "al ritmo que el equipo humano lo permite".

En cuanto a la división aérea, la cifra de negocios de Air Europa disminuye un 4% en el pasado ejercicio fiscal, situándose cerca de 1.250 millones de euros. Según el subdirector general de la aerolínea, José María Hoyos, este descenso de la facturación se debe a "la valentía" mostrada por el grupo al "apostar

por el crecimiento aprovechando que las demás compañías aéreas flojean". Durante este periodo el tráfico de pasajeros ha sido de 9,7 millones, cifra similar que en 2008".

De cara a 2010, el presidente de Globalia prevé que los beneficios "se reduzcan un poco" respecto a 2009, mientras que la facturación "se mantendrá en niveles similares, o incluso puede que se recupere". En concreto, Juan José Hidalgo adelanta que los resultados de Air Europa serán inferiores a los de 2009, mientras que en el caso de Travelplán "se mantendrán equilibrados". En cuanto a Halcón Viajes, vaticina una "mejora respecto a 2009", al igual que con la división hotelera.



Juan José Hidalgo preside Globalia.

España recibe un 2% más de pasajeros aéreos en enero, dominando las tradicionales

Las 'low cost' crecen un 2% respecto a 2009 y las tradicionales lo hacen un 1,5%

En enero han llegado a los aeropuertos españoles 3,1 millones de pasajeros extranjeros, el 48,4% de los cuales ha volado en compañías aéreas de 'bajo coste', por el 51,6% que concentran las tradicionales. Ambas modalidades experimentan incrementos interanuales, un 1,9% en el caso de las primeras por un 1,5% en el de las segundas. En cuanto al grado de ocupación, las *low cost* alcanzan el 68,9%, tres puntos y medio por encima del de las tradicionales.

Ryanair, Easyjet y Air Berlin se mantienen un mes más como las principales aerolíneas de 'bajo coste', transportando en su conjunto seis de cada diez viajeros. Ryanair y Easyjet incrementan la cifra de pasajeros en enero, mientras que Air Berlin reduce su actividad.

Entre los diferentes mercados emisores a través de esta modalidad aérea, destacan Reino Unido, Alemania e Italia, que han emitido el 67% de los pasajeros. Reino Unido, principal potencia, contabiliza más de medio millón de viajeros, cifra un 6,7%

Evolución de las 'low cost' por Comunidades receptoras



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

inferior respecto a 2009. Alemania, que emite dos de cada diez pasajeros, reduce la cifra de hace un año en un 3,1%. Por su parte, Italia, que ha sido origen del 12,6% de los viajeros, registra una evolución del 8,8%.

Canarias, con 387.877 viajeros, empieza el año como el principal destino de los pasajeros llegados a en aerolíneas *low cost*. Además, el destino experimenta un incremento del

2,1%. Cataluña, segunda región con 320.000 pasajeros, recibe un 3,6% menos que en 2008. Uno de los factores que ha propiciado los buenos resultados obtenidos en enero es el espectacular incremento registrado en la Comunidad de Madrid. Posicionada como la tercera Comunidad receptora, con más de 215.000 viajeros, presenta una evolución favorable del 28,7% respecto a 2009.

Los Alpes, principal destino para la práctica del esquí

El Informe Internacional de Turismo de Montaña 2009 destaca que España y otros países europeos no alpinos suman 40 millones de días de esquí al año, es decir el 10% de los 400 millones registrados a nivel global. Entre los destinos de Turismo de nieve más representativos se encuentran Los Alpes (42%), América del Norte (22%) y Asia (19%), junto a mercados emergentes como el este de Europa (4%) o los países exóticos (3%).

De cara a los próximos años, el informe prevé la concentración del mercado en la región de los Alpes, que acumulará el 47% del mercado, seguido de los países del este de Europa, con el 22%, en detrimento de Norteamérica, que caerá hasta un 16%. Los países europeos no alpinos, como España, mantendrán una cuota del 8%, mientras que el mayor retroceso lo vivirá Asia, que representará únicamente el 6% del mercado mundial.

Por número de esquiadores, el estudio señala que España ocupa actualmente la posición número 12 del mundo, con dos millo-

nes de esquiadores. La lista está liderada por Estados Unidos (15,1 millones), Japón (14,1 millones), Alemania (12,3 millones), Francia (12,1 millones), Reino Unido (10,3 millones) y China (6,6 millones).

Congreso en Ordino

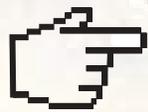
En el VI Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña los expertos estudiarán la situación actual y desvelarán las claves y las oportunidades de este segmento turístico ante la internacionalización de los mercados y la situación económica actual. En él intervendrá el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, quien analizará las perspectivas del Turismo de nieve y montaña, reducido en algunos casos a los mercados de clientes domésticos y de proximidad, para integrarlo en el mercado mundial, han explicado los organizadores. La OMT asegura que este tipo de Turismo ha resistido bien a las turbulencias económicas, pero es necesario que adapte su oferta.

100% Agentes

Turnexo

Valencia

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 22 de Abril
Hotel Ayre Astoria

Nexopublic
CONSULTING

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Gestión de reservas en la página de Crucemar



Crucemar incluye en la nueva versión de su web, además de la amplia información sobre todo tipo de cruceros de varias navieras que ya existía en la anterior, la posibilidad de reservar online en algunas de ellas o solicitar presupuestos en otras.

Best ofrece sus hoteles sólo para el usuario final



El 'sitio' de Best Hotels en Internet ofrece, con un diseño y una estructura adecuados, información sobre sus hoteles de vacaciones en la Península y en las islas y un correcto sistema de reservas, que no es válido para las agencias de viajes.

Movelia optimiza todos los servicios de su 'web'



Movelia presenta una nueva versión de su web, mejorando la presentación y los servicios de integración de la gestión de múltiples empresas de transporte, tanto a particulares como a agencias, que ya era muy útil en la versión anterior.

Eventos en el Palacio de Congresos de Madrid



La página del Palacio de Congresos de Madrid ofrece a las OPC un conjunto bien estructurado de información sobre el edificio, sus espacios, servicios y agenda de eventos, incluyendo una completa guía para la planificación de congresos.



Los clientes podrán comprobar el ahorro de CO₂ al volar con Finnair.

Finnair actualiza y mejora su 'web' para el mercado español

Finnair ha mejorado y actualizado su 'portal' para el mercado español —www.finnair.es—, introduciendo nuevas ofertas y recursos para el usuario. Además de los cambios en el diseño y la navegación, "la web ofrece un sencillo y completo sistema de reservas y compra de billetes", informan desde la aerolínea.

Entre las novedades del 'portal', destaca la posibilidad de comprobar el ahorro de tiempo, kilómetros y, por lo tanto, de emisiones de CO₂

volando vía Helsinki al continente asiático. En la actualidad, Finnair vuela a nueve destinos de Asia.

Además, según asegura la compañía aérea, sus clientes podrán encontrar las mejores ofertas tanto a estos destinos como a otros más cercanos. En definitiva, el site permite realizar la compra de billetes, consultar todos los horarios de vuelo, comparar ofertas y tarifas e informarse sobre todos los procesos de check-in y facturación online.

Amadeus permite realizar automáticamente el 60% de las reemisiones de billetes aéreos

Se estima que en 2009 se han realizado más de un millón de reemisiones

Con Amadeus Ticket Changer el objetivo de Amadeus es facilitar la labor de las agencias de viajes a la hora de realizar la reemisión de los billetes aéreos. Se esti-

ma que en 2009 se reemitieron en España más de un millón de billetes de avión, con esta innovación las agencias podrán realizar el 60% de forma automática.

Amadeus España ha puesto a disposición de las agencias de viajes Amadeus Ticket Changer, herramienta tecnológica destinada a simplificar al máximo la reemisión de billetes aéreos. Este nuevo sistema permite automatizar la reemisión de los billetes de 57 compañías aéreas, que suman el 60% de los pasajes emitidos en España.

Según explican desde la compañía tecnológica, la cancelación de billetes aéreos requiere un profundo conocimiento del sistema, así como especial atención para evitar errores de cálculo y aplicación de tarifas. Con esta nueva solución Amadeus Ticket Changer se automatizan estas operaciones que tienen que realizar las agencias revisando automáticamente si un billete es susceptible o no de reemisión, calculando la diferencia de tarifas, tasas y penalizaciones, e indicando el im-

Operación	Clase	Asiento	Fecha	Horario	Estado de billete	Estado de tarifa	Estado de tarifa	Estado de tarifa	
PAQUET	SA	411	E	2009	18:30	0,5483	200CT	200CT	PC
LIB BDI	SA	4	L	2009	22:00	0,5483	200CT	200CT	PC
WIK LHM	SA	30	H	2009	08:20	0,5483	200CT	200CT	PC
LIB BDI	SA	404	H	2009	08:20	0,5483	200CT	200CT	PC

Amadeus Ticket Changer tendrá repercusiones económicas en las agencias.

porte de los nuevos pasajes cuando se realizan cambios de vuelo o ruta.

"Se estima que, a lo largo de 2009, se reemitieron en España más de un millón de billetes de avión", apuntan desde Amadeus, calculando que "un 58% de estas cancelaciones voluntarias fueron ejecuta-

das por la aerolínea, mientras que sólo el 42% corresponden directamente al agente de viajes". Para el director de Marketing de Amadeus España, Íñigo García-Aranda, "la automatización en la reemisión de billetes tiene repercusiones económicas directas para las agencias".

El ITH presenta 'Hotel Game 2010', un juego para mejorar la gestión de los profesionales

El Instituto quiere con este juego mejorar la competitividad del sector hotelero

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) —un organismo dependiente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)—, ha presentado 'Hotel Game 2010', una oferta de formación online que incluye diferentes módulos formativos y un juego de simulación y gestión de establecimientos hoteleros.

Esta aplicación permite, según el Instituto, "enfrentarse a la gestión diaria de la cuenta de explotación de un hotel virtual", para lo que habrá que tomar determinadas decisiones que el simulador procesará, obteniendo así un indicador de valoración que podrá compararse con los resultados alcanzados por otros participantes.

'Hotel Game 2010' está orientado al desarrollo de capacidades de comercialización online y se dirige a un "amplio colectivo" que incluye tanto pymes del Sector Turístico es-



'Hotel Game 2010' se dirige tanto a pymes como directivos.

pañol como a directivos y mandos con responsabilidades en el ámbito del marketing y la comercialización, así como a profesionales con potencial para desarrollarse en esta área.

El lanzamiento de este juego, gratuito para pymes y profesiona-

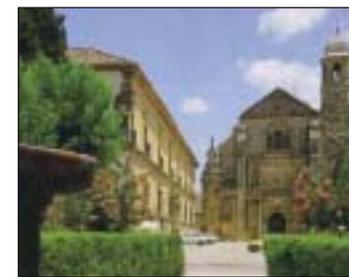
les autónomos del Sector Turístico en su versión estándar, tal y como ha explicado el instituto hotelero, se encuadra en la labor del ITH de "mejorar la competitividad del sector hotelero mediante la innovación y la tecnología", concluye.

Úbeda diseñará un motor de reservas para los hoteles

Los empresarios de Úbeda, en Jaén, están trabajando en una página en Internet que sirva como "motor de reservas para todos los hoteles" de esta localidad, al mismo tiempo que planifican proyectos que puedan formar parte de la Iniciativa de Turismo Sostenible (ITS) Museo Abierto del Renacimiento, que contará con una inversión de 15 millones de euros.

El presidente de la Asociación Local de Comercio, Industria y Servicios (Alciser), Bartolomé González, ha explicado que el plazo para presentar los proyectos expira el próximo 31 de marzo y ha apuntado que ya se han celebrado distintas reuniones para informar de los objetivos de esta iniciativa: "Mejorar el producto turístico de Úbeda y Baeza y la competitividad del Sector".

La ITS Museo Abierto del Renacimiento incluirá tanto proyectos de carácter público, que estarán financiados hasta en un 60% por la Junta de Andalucía, como otras actuaciones que promoverá la iniciativa privada y contarán con un incentivo



Se busca estimular el Turismo.

autónomico de hasta un 40%. Esta ITS, tal y como ha precisado la Junta de Andalucía, busca conseguir el "aprovechamiento óptimo" del extenso potencial que acumula este espacio turístico y convertir a los "dos núcleos renacentistas más importantes de Andalucía" en una "experiencia inolvidable para sus visitantes".

Esta iniciativa es una de las más de 30 aprobadas en el marco de la Estrategia de Turismo Sostenible, impulsada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte para "mejorar la oferta de las zonas de interior y destinos emergentes del litoral".

100% Agentes

Turnexo

Andalucía

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 29 de Abril
Hotel Al-Andalus
Palace (Sevilla)

Nexopublic
CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Plan FuturE

Reformas para energías renovables

Pregunta.- Soy propietario de un hotel en las Islas Baleares. Estoy valorando para este año la realización de algunas reformas vinculadas con el uso de energías renovables. Imagino que hay algún tipo de ayuda o subvención y necesitaría saber dónde podría dirigirme para gestionar la solicitud ayuda en la financiación y cuáles son los trámites exigidos.

Respuesta.- Efectivamente, la potenciación de este tipo de energías es uno de los puntos que se contemplan en el Plan FuturE, aprobado por el Consejo de Ministros el pasado 22 de enero y orientado a mejorar el índice de sostenibilidad de las empresas turísticas españolas. El Plan está dotado con 400 millones de euros y amplía hasta el 20 de diciembre de 2010 el plan original puesto en marcha en 2009. Este año tienes la ventaja de que financia el 100% de los proyectos, a diferencia del año anterior, que solo cubría hasta el 90%. El importe máximo de financiación es de hasta dos millones de euros, y el plazo de amortización, un máximo de 12 años. Si recibes otras ayudas de las Comunidades autónomas u otras instituciones, las podrás compatibilizar, siempre y cuando respetes los límites máximos en cuanto a la acumulación de ayudas públicas establecidas por la Unión Europea.

Los trámites del plan podrás realizarlos en las oficinas de los principales Bancos, Cajas de Ahorros y Cajas Rurales, donde se estudian, aprueban y formalizan las solicitudes. Allí deberás entregar la solicitud, acompañada por la documentación exigida por la Entidad de crédito a la que debes adjuntar la identificación, la declaración de otras ayudas solicitadas para el mismo proyecto, un presupuesto desglosado, la ubicación detallada y el periodo de ejecución; una memoria justificativa del proyecto con una descripción técnica del mismo en la que se incluyan objetivos, resultados previstos, periodo de recu-

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

*Sección ofrecida con la colaboración de  www.intermundial.es

peración de la inversión, esquemas, y planos; y una relación con las concesiones, permisos y licencias necesarios, indicando los ya solicitados y obtenidos. Una vez otorgada la ayuda, debes acreditar la realización de la inversión mediante facturas, cartas de pago, proyectos, escrituras o cualquier otro documento que pueda servir como comprobante de la inversión realizada. Asimismo, la entidad de crédito exigirá ciertas garantías, que podrán ser hipotecarias, personales, avales mancomunados o solidarios, y sociedades de garantía recíproca, en función de la solvencia del solicitante y de la viabilidad del proyecto de inversión.

Las reformas que vas a introducir en tu establecimiento no sólo contribuirán a la mejora del medio ambiente; te reportarán, además, beneficios económicos, pues el uso de energía solar supone un ahorro de hasta el 60% de la energía actual. Además, al elevar la calidad del establecimiento, podrá repercutir en la captación de más clientes y por tanto podrás obtener más beneficios.

RRHH Salud

Cómo mantener la plantilla motivada

Pregunta.- Recientemente he comenzado mi andadura profesional como director de Recursos Humanos de un turoperador. Uno de los temas que más me preocupa es cómo mantener a la plantilla motivada. Me gustaría recibir alguna

información sobre este asunto, pues es el mayor reto al que debo enfrentarme en este momento.

Respuesta.- Uno de los aspectos más conflictivos en un departamento de Recursos Humanos suelen ser los aspectos salariales. Es importante marcar una correcta política de retribución, que por un lado satisfaga a los empleados y los mantenga motivados, y por otro lado, es imprescindible que esta política sea la que más aproveche los medios y recursos disponibles para la empresa.

Una de las alternativas es optar por la implantación de un Sistema de Retribución Flexible, un método que está ayudando a las empresas a atraer y retener a los trabajadores, y a fomentar una actitud positiva hacia el trabajo.

El Sistema de Retribución Flexible permite al trabajador elegir de forma voluntaria como desea recibir su retribución anual, adaptándola a sus necesidades personales y familiares sin que esto suponga un aumento de costes para tu compañía. Es un sistema elástico, pues permite a los empleados percibir su salario fijo o variable de la forma que mejor cubra sus necesidades; resulta beneficioso económicamente, pues los trabajadores eligen productos contratados por la empresa en condiciones más ventajosas. Uno de los aspectos fundamentales de este sistema es que puede aportar beneficios fiscales a la empresa, ya que estos productos se adquieren contra la retribución bruta. Se ha demostrado que gracias a este esquema, los trabajadores adquieren mayores responsabilidades y desarrollan un mayor compromiso con la empresa en la que trabajan.

Las prestaciones que se pueden ofrecer dentro de este sistema de retribución son muchas, destacando las de tipo económico/financiero, de transporte, formación, tiempo libre o seguros. Estudios recientes afirman que uno de los beneficios sociales preferidos por los trabajadores es el seguro de salud, seguido de los planes de pensiones y de jubilación. Hay que tener en cuenta que la salud propia y de la familia es uno de los temas que más preocupan a los ciudadanos y también a las empresas.

Al ofrecer un seguro médico como forma de retribución beneficiarás no sólo a cada uno de los empleados de forma individual, sino por extensión, a la empresa en su conjunto, su rendimiento y productividad. El seguro de salud será, sin duda, un buen elemento de diferenciación de la competencia y aportará grandes ventajas a la empresa y al empleado. Para la empresa, será una excelente herramienta de gestión de los Recursos Humanos sin que esto suponga un aumento de costes. Para el trabajador, la garantía de que su compañía les dispensa un trato personalizado y que se preocupa por su bienestar y el de su familia.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es



Intermundial
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

Most r a d o r

Blau Porto Petro en Mallorca lanza 'Escapada Papá Gratis'

El Blau Porto Petro, un cinco estrellas en primera línea de mar en Mallorca, ha diseñado la oferta 'Escapada Papá Gratis' especial para el Día del Padre. Así dará gratuidad a todos los padres que reserven su estancia en habitación doble y régimen de alojamiento y desayuno del 18 al 21 de marzo. Así, por 265 euros, la pareja podrá pasar dos noches y el padre tendrá un regalo extra, un relajante masaje. El 'paquete' incluye, además, acceso gratuito al circuito de aguas del spa de 1.500 metros cuadrados del hotel.

✉ www.blauportopetro.com

Kuoni presenta 'Grandes Circuitos' con una selección para todo tipo de viajero

La mayorista ha dividido el catálogo en siete categorías para facilitar la elección más adecuada

Con su nuevo catálogo de 'Grandes Circuitos, Kuoni pretende que el turista pueda elegir entre una serie de grandes propuestas el tipo de viaje más acorde a

sus necesidades. Así, la mayorista lo ha dividido en siete categorías: Difusión, En Familia, Esencial, Clásico, A Su Aire, Grandes Viajes y Gran Selección.

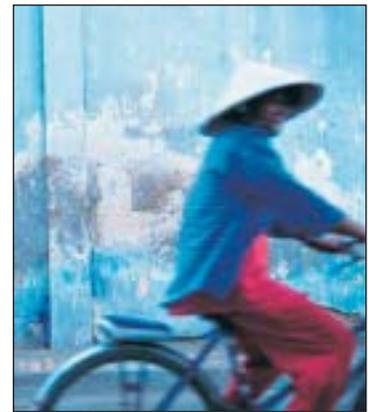
Entre las propuestas de Kuoni se puede destacar, por ejemplo, 11 días y ocho noches, desde 1.105 euros por persona, para conocer la China imperial. Para disfrutar en familia, la mayorista propone Kenia. 1.852 euros por persona, 11 días y ocho noches, propone disfrutar de diversos safaris.

Ya en la categoría de Kuoni Esencial, cuenta con un viaje a Vietnam, en el que durante nueve

días y siete noches, desde 1.759 euros por persona, el turista disfrutará de todas sus perspectivas realizando Turismo urbano, de naturaleza e incluso un crucero por la bahía Halong. Para realizar unas vacaciones a su aire, Kuoni cuenta con diferentes posibilidades para que el viajero conozca Estados Unidos y Canadá, donde el precio puede oscilar desde 1.562 euros por persona, según el caso.

En grandes viajes, Kuoni dispone de un viaje a Sudáfrica de 15 días y 13 noches, desde 3.166 euros por persona, para descubrir Durban, Swazilandia, Parque Kruger y Ciudad del Cabo. Por último, como gran selección, ofrece desde 13.346 euros por persona, un viaje de 20 días y 16 noches a Australia, para descubrir el patrimonio del país desde una perspectiva única.

✉ www.kuoni.es



Vietnam es una de las propuestas.

Costa y paisajes lanza 'Conquistando tus sentidos' para conocer 'Tierra de bellotas'

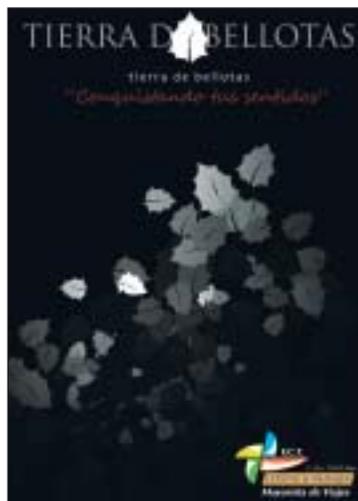
Las propuestas abarcan las dos provincias extremeñas

Costas y Paisajes dispone de un folleto de 11 páginas en el que oferta diferentes 'paquetes' para conocer Extremadura desde los cinco sentidos. Así, 'Tierra de Bellotas. Conquistando tus sentidos' propone destinos tan conocidos como la medieval Cáceres o la romana Mérida, así como otros por descubrir como Olivenza, Villafranca de los Barros o Sierra de Gata.

El catálogo realiza diferentes propuestas para conocer la Comunidad como 'Extremadura de Campo', 'Cáceres y la Matanza del Cerdo Ibérico', 'Extremadura de Bellota', 'Trujillo y los Vinos de Bode-

gas las Granadas Coronadas', 'Olivenza el Color de Badajoz y el Alentejo Portugal', 'Enoturismo y Vinocultura en Pagos de las Encomiendas', 'Oleoturismo de la Sierra de Gata y el Aceite Puro de una Tierra Mágica', 'Vivencias en la Mérida Milenaria' y 'Cáceres y Mérida Exclusiva'. En todos ellos el régimen es de pensión completa. Cuenta además con guías especializados, degustaciones, catas comentadas, gastronomía típica de la tierra. Para grupos de más de 35 personas regala una paleta Ibérica de cerdo extensivo de Extremadura.

✉ www.costasypaisajes.com



Portada del catálogo.



Avión de Air Europa.

Air Europa volará este año a Lima, Panamá y Miami

Air Europa volará desde España a Lima (Perú), Miami (Estados Unidos) y Ciudad de Panamá (Panamá) a lo largo de 2010. Desde febrero ya opera a la ciudad peruana. Habrá que esperar al

verano para que se inicie la ruta a Miami. En el caso de Ciudad de Panamá los vuelos con cuatro frecuencias semanales comenzarán antes del mes de octubre.

✉ www.aireuropa.com

TAM y USAirways comparten sus programas de fidelización

Las aerolíneas TAM y US Airways, compañía aérea integrante de Star Alliance, han firmado un acuerdo que les permite a los miembros de programa TAM Fidelidad acumular y canjear puntos en los vuelos de US Airways para cualquier destino atendido por la compañía aérea. De la misma manera, los miembros del programa Dividend Miles, de US Airways, también pueden acumular y canjear puntos en vuelos de TAM.

El vicepresidente comercial y de Planificación de TAM, Paulo Castello, ha afirmado que el acuerdo representa una etapa importante en la integración de la compañía en Star Alliance y también fortalece la estrategia de excelencia en servicios, uno de los tres pilares que fundamentan la actuación de TAM, junto a la excelen-



Avión A330 de TAM.

cia técnico-operacional y la excelencia en gestión. "Nuestros pasajeros van a tener más oportunidades para acumular y rescatar puntos con este acuerdo. Estamos muy satisfechos con el anuncio de esta alianza con US Airways", ha manifestado Castello.

✉ www.tam.com

✉ www.usairways.com

Port Aventura celebra con nuevos espectáculos su 15 aniversario

El parque temático estrena tres nuevos 'show' y amplía la oferta gastronómica

A partir del 26 de marzo, Port Aventura abre sus puertas celebrando su 15 aniversario. Para ello ha preparado todo tipo de novedades entre las que destacan los espectáculos, con el estreno de tres nuevos shows conmemorativos.

El resort quiere que el espíritu de fiesta se respire en todos los rincones del parque a través de la decoración del 15 cumpleaños y de la presencia de animadores en la calle a lo largo de toda la jornada. Una gran carroza, bailarinas, jinetes y los personajes del parque como Woody, Winnie, Epi y Blas, entre otros, se mezclarán con el público para que vivan una visita



La atracción Furius Baco es una de las que más atrae a los visitantes.

inolvidable. Además, la oferta gastronómica se ampliará con la inclusión de nuevos platos y la puesta en funcionamiento de dos Café

di Roma. Por otra parte, Vinosfera, espacio dedicado a las tapas y a los vinos ampliará su superficie.

✉ www.portaventura.es

Royal Caribbean trasladará un total de 10.000 cruceristas de Madrid a Málaga

En julio se habilitarán cuatro AVE chárter y se ofrecerán tarifas especiales

Royal Caribbean prevé que unos 10.000 de sus 20.000 pasajeros provenientes de Madrid se beneficien del acuerdo firmado con Renfe, por el que la operadora habilitará cuatro AVE chárter durante el mes de julio. Asimismo, ofrecerá tarifas especiales a los cruceristas, tanto a nivel individual como colectivo.

"El posicionamiento del Adventure of the Seas en Málaga es un producto muy fuerte", ha asegurado el director de Marketing y Ventas en España de la naviera, Emmanuelle Joly. Igualmente, ha afirmado que esto, unido a la buena tendencia actual y el *late booking* les permitirá alcanzar su objetivo de crecimiento para 2010, con un aumento del 55% en su volumen de pasajeros.

En este sentido, ha indicado que "hasta el momento las reservas han ido muy bien", aumentando entre el 20% y el 25%, una tendencia que se ha acelerado en las últimas semanas hasta "duplicar el volumen respecto al mismo periodo del año anterior". Asimismo, ha señalado que gracias a su sistema de ventas abierto a nivel mundial la compañía puede "apoyarse en otros mercados para no destrozarse los precios". Al respecto, ha subrayado que "a diferencia de otras navieras" Royal Caribbean no va a entrar en la guerra de precios, dado que "podría redundar en una pérdida de la calidad del producto".

El acuerdo alcanzado entre la naviera y Renfe busca convertir a la estación de Atocha en "el puerto de Madrid", para lo que se habilitarán cuatro trenes AVE exclusivos que trasladarán gratuitamente a los cruceristas que zarpen desde Málaga cada sábado del mes de julio. Este "lanzamiento promocional" incluirá también el transfer hacia el puerto de la ciudad andaluza y el traslado del equipaje, con una duración total estimada de tres horas desde Madrid hasta el propio crucero.

Tarifas especiales

La operadora ofrecerá unas tarifas especiales de acercamiento con descuentos cercanos al 25% para los cruceristas que se trasladen en otras fechas u horarios, ha explicado el gerente comercial del corredor sur de Renfe, Mario Muñoz. Igualmente, tendrá unas tarifas de grupo "muy interesantes" que rondarán los 95 euros por persona, incluyendo el viaje de regreso.

Además, ha señalado que los cuatro trenes chárter a Málaga anunciados son únicamente "la punta del iceberg", contemplando la posibilidad de ampliar esta promoción a Barcelona y otros puertos de embarque que la naviera pueda operar en un futuro. Esta "alianza imbatible" es "probablemente la única de este tipo", ha indicado Muñoz, y ha trasladado la apertura del operador ante la puesta en marcha de otras iniciativas si-

milares, "provengan del sector de los cruceros o de cualquier otro".

Por su parte, Joly ha afirmado que la iniciativa se encuadra en "su apuesta por el mercado de Madrid", que representa en torno al 20% de los 100.000 pasajeros que esperan trasladar este año. Además, ha des-

tacado la importancia del posicionamiento del Liberty of the Seas en el puerto de Barcelona a partir del año 2011, por lo que "contemplarán realizar iniciativas de chárter entre ambos destinos".

✉ www.renfe.es
✉ www.royalcaribbean.es



El acuerdo entre Royal Caribbean y Renfe traerá tarifas especiales.

© 2009

un japonés

un mexicano

un italiano

un español

En la variedad está el gusto.
RESTAURANTES TEMÁTICOS
by RIU

La mejor cocina del mundo, en RIU.

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

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

www.riu.com

RIU
Hotels & Resorts

Déjese mimar

■ Club NEXOTUR

Playa Senator ofrece rebajas de hasta el 50% sobre tarifa

Playa Senator ofrece descuentos del 50% a miembros del Club NEXOTUR y acompañantes en temporada baja y del 25% en temporada alta. Esta promoción especial, sujeta a disponibilidad del es-

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 23**

tablecimiento, incluye los hoteles de playa y de ciudad. Para ampliar la información sobre la oferta lanzada por la cadena hotelera Playa Senator puede llamar a los números 950 62 71 60 / 901 10 12 10.

■ Fam Trip



Más de 1.000 profesionales han conocido la oferta turística de la isla.

Cerca de 400 agentes en Fuerteventura

En 2009, el Patronato de Turismo de Fuerteventura ha desarrollado en la isla un total de 40 viajes con turoperadores o prensa, lo que ha permitido que más de 1.000 profesionales procedentes de 15 países hayan conocido y difundido la oferta turística del destino. Un total de 386 agentes de viajes han participado en lo 25 viajes de familiarización organizados por el Patronato.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 1 de marzo

Ainoha Sobreviela, Diseño de Viajes, Madrid; Ángel Moreno, Politours, Madrid; Vicente Duval Garay, Viajes Amunt i Avall, Valencia; Victoria Delgado, Viajes Cartuja, Sevilla; Carmen López Briz, Viajes Xátiva Tours, Xátiva; Antonio Rocha Ramírez, Realizado, Playa de Inglés; Dolores Roquet, Viajes Caditours, La Seu Durgel; Angel De Castro Mena, Uie Viajes, Madrid; Fernando Boada, Viajes Abando, Bilbao; Rosa Mª Serrano Sánchez, Viajes Vincit, Córdoba; Mª del Carmen García Luque, Viajes Eurocherry, Cádiz; Maite Merino, Viajes Aula, Villafranca de los Barros; Eisabet Hernández, Viajes Vegueta, Las Palmas; Almudena La Fuente, Viajes Gheisa, Valencia.

8 2 de marzo

Juan Llopis, Viajes Lopstravel, Barcelona; Mª Angeles Moreno, Viajes Mariva Tours, Sevilla; Laura Vera, Viajes Halcón, Madrid; Amador García, Viajes Asturama, Oviedo; José Miguel Lloret, Lloret Tours, Villajoyosa; Mª Eladia Neira, Viajes Villaviciosa, Villaviciosa; Lourdes Labarta, Viajes Alvar, Madrid; Carlos González, Viajes Mundi-España, Madrid; Flori Martos Mateo, Viajes Iberia, Murcia; Dolores Alarcón, Viajes Alarcón, Roda; Juan Miguel Borracheiro López, Viajes África Travel, Algeciras; Mª Dolo-

res Gil, Viajes Halcón, Córdoba; José Gómez, Viajes Solar, Almería; Eva Villalba, Viajes Hobol, Utrera.

8 3 de marzo

Cristina Ortín, Viajes Totmon-Tours, Cerdanyola del Vallés; Norberto Beltra, Viajes Ideal Tours, Benidorm; Isabel Rodríguez, Viajes Baixas, Barcelona; Antonio García Martín, Viajes Ecuador, Madrid; Mª Jesús Mirón Peña, Viajes Orion Travel, Cabezón de la Sal; Pedro Docando, Viajes Tivoli, Zaragoza; Olga Moreno, Técnica de Viajes, Málaga; Carmen Fernández, Viajes Halcón, El Ejido; Mª José Fernández, Viajes Marsans, Las Arenas; Marcos Cao, Viajes Redontour, Vigo.

8 4 de marzo

Angel Asensio, Viajes Terra Mar, Ribadeo; Francisco Villar Hidalgo, Zafiro Tours, Valencia; Araceli Blanco Curiel, Viajes Cosmomar, Lucena; Valeria García Le Pera, Viajes Crisol, Valencia; José M. Montesión, Viajes Iberojet, Sevilla; Mustafá Layasi, Viajes Kotubia, Algeciras; Dominique Morata, Viajes News, Madrid; Yolanda Fernández, Viajes Pardo, Orense.

8 5 de marzo

Isaias Rubio, Viajes Hersan, Ávila; Julia Niño, Viajes Dorasol, Palencia; Mª Angeles Santos, Halcón Viajes,

Salamanca; Ignacio Tarraga, Viajes España, Albacete; Andrés Escuriola, Viajes Orange, Oropesa del Mar; Carmina Bono, Viajes Orange, Villareal; Carmen Rosado, Viajes Happytour, Toledo; Mª Carmen Fúnez, Viajes Fugaz, Fuenlabrada.

8 6 de marzo

Amparo Martínez, Galicia Express, Pontevedra; Irene Gogenola, Viajes Ecuador, Bilbao; María C. González Cuesta, Viajes Coyanca, Valencia de Don Jua; Eduard Garriga, Viajes Madras, Barcelona; M. José Pons, Viajes Ala Delta, Valencia; Leonardo Bianchi, Tur&Tur Travel Services, Valencia; Leo Defrise, Central Excursiones Levantinas, Benidorm; Pascual Gabaldón, Viajes Albasol, Yecla; Silvino Menendez, Viajes Mythos, Mieres; María Vicente López, Viajes Flaminia, Madrid; Manuel Cabrera, Viajes Niágara, Madrid; Margarita Gómez Piña, Viajes Pineda, Madrid; Isabel Vicioso, Viajes Halcón, Alfaró; Esther Gómez, Proyectos Viajes, Añoover de Tajo.

8 7 de marzo

Marcelo Lejagarra, Viajes Samba, Cuenca; Mara Ladrón, Viajes Genil, Granada; Pilar Martín, Agrupabus de Móstoles, Móstoles; Maisu Rodríguez Hernández, Viajes Gaviota, La Laguna.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

Subvenciones

Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

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. Balears-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.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
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

La representante de Sun International en España asegura que Sudáfrica 'sin duda estará lista para el Mundial'

Mar Díez subraya que la cualificación profesional de los trabajadores del país 'está a la altura' de la de Europa

Cuando faltan cuatro meses para que se celebre el Campeonato Mundial de Fútbol de Sudáfrica, Mar Díez, la representante en España

y Portugal de Sun International —la mayor cadena del país africano— analiza para NEXOTUR la repercusión de este acontecimiento de-

portivo tanto para la compañía hotelera como para Sudáfrica. La cadena contará con el 80% de sus habitaciones ocupadas por la FIFA.

El próximo 11 de junio el Campeonato Mundial de Fútbol de Sudáfrica acogerá a miles de aficionados y equipos participantes en las principales ciudades del país. De cara a su organización existen algunas dudas sobre la capacidad de Sudáfrica para organizar este evento, principalmente en cuanto a infraestructuras y comunicaciones. Pero para la representante en España y Portugal de Sun International, Mar Díez, "a escasos cuatro meses del evento, todo apunta a que todas las infraestructuras van a estar listas: carreteras, hoteles y demás obras, excepto el tren de alta velocidad que une Pretoria con Johannesburgo". "Todos los estadios nuevos estarán acabados y en los que se han hecho obras de remodelación, ya están terminadas.



Mar Díez

mayo y el 17 de julio de este año. De esta forma, Díez asegura, que a pesar de la crisis este evento hará que "nuestra facturación se vea afectada".

Tras este gran evento, la representante en España y Portugal de Sun International asegura que Sudáfrica podrá

mantener el atractivo como destino turístico, ya que "la ventaja de estos grandes eventos es que, además de mejorar todas las comunicaciones e infraestructuras, se sitúa al país en el mapa y la publicidad que se hace del destino es fantástica". "Por ello, sin duda es la mejor promoción del destino, que cobrará mucho auge y verá un aumento significativo en la llegada de turistas en pocos años", añade.

Sun internacional cuenta esencialmente con una clientela europea. "Fundamentalmente del Reino Unido, Alemania y Francia", matiza Díez. Destaca además que de otros



La Fifa ocupará el 80% de las habitaciones de Sun International en el campeonato.

países del mundo reciben huéspedes de Estados Unidos "y últimamente los países del bloque BRIC (denominación de Brasil, Rusia, India y China) como India y China".

Al ofrecer productos muy diversos en los que la localización es la clave, Sun International cuenta con un perfil de clientes muy variado. Como explica Díez, "pueden ser desde parejas que celebran su luna de miel, hasta jugadores de golf, pasando por empresas que organizan sus viajes de incentivos, familias etc., ya que cubri-

mos un amplio espectro de clientes precisamente para no encasillarnos en un único nicho de mercado".

Al tratar el tema de la expansión de la cadena, Díez destaca que "de momento" la estrategia pasa por consolidar las propiedades con las que ya cuentan estas propiedades en estos países. "La única excepción ha sido un hotel-casino que se ha construido en Chile recientemente y que también tendrá que revertir beneficios para poder pensar en nuevas construcciones", matiza.

Marriott pasa de ganar 265 millones en 2008 a perder 254 millones en 2009

La cadena hotelera internacional Marriott ha registrado unas pérdidas totales de 254 millones de euros durante el ejercicio pasado de 2009. Esta cifra contrasta enormemente con los 265 millones de euros de beneficio que obtuvo la compañía hotelera en el año 2008.

Marriott ha precisado que durante este periodo el Ingreso por Habitación Disponible (RevPar) de sus establecimientos ha sido de 71,13 euros, lo que supone una disminución del 18,3% respecto a 2008. Por su parte, la ocupación media que ha obtenido ha sido del 65,2%, con un descenso interanual de cinco puntos porcentuales.

La cadena hotelera ha cerrado el ejercicio de 2009 con una cartera de 3.420 establecimientos hoteleros. Es decir, 242 más que al inicio del año, lo que supone la incorporación de 34.780 nuevas habitaciones a su portafolio.

En el último trimestre del año 2009 la cadena hotelera ha obtenido unos beneficios de 78 millones de euros, frente a unas pérdidas de nueve millones de euros durante el mismo periodo del ejercicio anterior. Al respecto, el presidente y consejero delegado de Marriott Interna-

cional, J.W. Marriott Jr., ha destacado que a lo largo del pasado ejercicio el gasto en inversiones de la cadena hotelera se ha reducido en dos terceras partes, lo que les ha permitido reducir su deuda total a unos 587 millones de euros.

Además, el presidente de la cadena hotelera ha subrayado que con la ampliación de su red la compañía hotelera "se posiciona de manera favorablemente ante un futuro crecimiento de los ingresos".

Mejorar la ocupación

En cuanto a las expectativas de la cadena Marriott para este año, la compañía hotelera prevé una mejora en la ocupación, aunque en unos términos "difíciles de predecir". Asimismo, espera que el RevPar "vuelva a tasas positivas" a lo largo del ejercicio actual, tanto en sus hoteles domésticos como internacionales. En total, la cadena hotelera incorporará entre 25.000 y 30.000 nuevas habitaciones a su red de hoteles durante el presente ejercicio, la mayoría de los cuales ya están en proceso de construcción, lo que podría implicar un incremento del 4% en los ingresos.

Magic Costa Blanca se expande por países del Mediterráneo y otros destinos

Magic Costa Blanca, que cuenta con 12 establecimientos, 2.600 unidades de alojamiento y 5.800 camas en la Comunidad Valenciana, ha creado un departamento de expansión para ampliar su volumen de negocio con la explotación de nuevos hoteles en el Mediterráneo y otras partes del mundo.

El grupo hotelero ha explicado que, a día de hoy, está en contacto con una cadena de hoteles en Libia, un resort en el Caribe y otro en Croacia y que las negociaciones, "aunque no culminarán hasta dentro de unos meses", apuntan "buenas perspectivas" en lo que respecta a la implantación internacional de la cadena.

Así, Magic Costa Blanca se sitúa como "una de las cadenas hoteleras españolas con mayores opciones de proyección internacional", dada su "amplia experiencia en modelos vacacionales y sus sistemas de eficiencia y comercialización".

Al respecto, el vicepresidente de la cadena, Javier García, ha ma-



Javier García

nifestado que ha llegado el momento de "dar un paso más", ya que hemos considerado que estamos preparados para afrontar el reto de "llevar la magia de nuestros establecimientos a otros puntos".

Más de 30 años

La compañía suma 30 años de experiencia en el mundo hotelero y vacacional y se ha caracterizado por su "espíritu innovador y de superación y mejora continuada". Además, García ha destacado que la empresa ha logrado diferenciarse del resto gracias a la "tematización de sus establecimientos y la especialización en vacaciones con el 'todo incluido'".

La cadena introdujo el modelo de 'todo incluido' en la Península hace casi 20 años y ha alcanzado, según su vicepresidente, un nivel de evolución organizativa "basado en el uso de las nuevas tecnologías, la eficiencia en procesos de comercialización y los modelos de calidad ISO 9001".

■ Producto

Best Western amplía su presencia en África con un nuevo hotel en Egipto

Best Western continúa su expansión en el norte de África con la incorporación de su primer hotel independiente en Egipto, el Best Western Hotel Solitaire Resort en Marsa Alam, al este del país y junto al Mar Rojo. La cadena ha explicado que este nuevo establecimiento se encuentra en "uno de los destinos turísticos que más rápidamente está creciendo en el país" y que tiene previsto incorporar un segundo hotel en Egipto en 2010, en Zafarana.

Hiberus de Zaragoza cambia su categoría de cinco estrellas a cuatro superior

El grupo Palafox Hoteles ha modificado la categoría de cinco estrellas del Hotel Hiberus a la de cuatro estrellas superior para atraer el Turismo de congresos. Su estrategia comercial y la próxima apertura del Hotel Reina Petronila en la ciudad de Zaragoza, de cinco estrellas, también han motivado la decisión. El hotel Hiberus contará con esta categoría a partir de la próxima primavera. Está ubicado anexo al nuevo Palacio de Congresos.

Extremadura presenta el proyecto para la hospedería de Villafranca de los Barros

La consejera de Cultura y Turismo de la Junta de Extremadura, Leonor Flores, ha presentado el proyecto de la hospedería que se va a construir en la localidad de Villafranca de los Barros en los próximos años y en los que se van a invertir una cantidad total de ocho millones de euros. Flores ha destacado que el proyecto pretende ser coherente con la idea de proteger el paisaje de la zona y recuperar los castillos extremeños "desde el punto de vista contemporáneo".

Barceló inaugura su primer hotel urbano en Cuba, el Barceló Habana Ciudad

Barceló Hotels & Resorts ha inaugurado su primer establecimiento urbano en Cuba, el Hotel Barceló Habana Ciudad, un cinco estrellas y 178 habitaciones que se ubica en la conocida zona de negocios de Miramar, en La Habana. El hotel es propiedad del Grupo Gaviota y estará gestionado por Barceló.

La FEHM espera que el 100% de sus hoteles asociados abran sus puertas con el comienzo de la temporada alta

Antonio Horrach ha asegurado que este año 'no se prevé disminuir el número de contratos laborales'

El presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), Antonio Horrach, ha expresado su confianza en que el 100% de los

970 establecimientos con los que cuenta la asociación abran sus puertas a partir del 1 de abril, coincidiendo con el inicio de la Semana Santa y la

temporada alta. Horrach apunta que las zonas con menos hoteles abiertos son las que acogen mayoritariamente a los turistas de origen británico.

FEHM prevé que a partir del 1 de abril, los 970 hoteles que conforman la asociación abran sus puertas coincidiendo con el inicio de la temporada alta, como asegura su presidente Antonio Horrach. Éste subraya que actualmente sólo está abierto un 15% de la planta hotelera de Mallorca, lo que supone entre 140 y 150 establecimientos, que albergan un total de 37.500 camas, de forma que habrá que esperar a abril para que las 250.000 plazas existentes en la isla estén operativas. El 30% de la planta hotelera que permanece abierta corresponde a los 39 hoteles urbanos de Palma y también están operativos el 20% de los 130 establecimientos de la Playa del Arenal.

Al respecto, el presidente de la AEHM señala que el Arenal es una de las zonas que mejor se está comportando durante la temporada baja, debido a la recuperación de la economía de Alemania, un país del que proceden la mayoría de los visitantes que pernoctan en los hoteles de este enclave turístico de la capital balear.

Por el contrario, Horrach apunta que las zonas con menos hoteles abiertos son las que acogen mayoritariamente a los turistas de origen británico, como Palmanova y Magaluf, aunque confía en que esta tendencia "varíe a partir de Semana Santa", una época en la que "mayoritariamente llegan a Baleares turistas procedentes de la Península y el Reino Unido".

En cuanto a la comparación con los datos de 2009, Horrach precisa que "no hay demasiadas novedades" en cuanto al volumen de ventas para Semana Santa, ya que "sólo se vislumbra un ligero incremento en el mercado alemán", mientras que el británico está "muy parado".

Respecto al número de reservas por parte de turistas procedentes de la Península, Horrach destaca que es "muy bajo", lo que pone de manifiesto que a nivel económico, los españoles "lo están pasando francamente mal". Por último y pese a que no se prevé una Semana Santa con una gran ocupación, el presidente de la FEHM adelanta que se abrirá el 85% de la planta hotele-



Se prevé que abran los 970 hoteles.

ra que aún permanece cerrada, dado que las fiestas de Pascua coinciden este año con el inicio de la temporada turística, que se prolongará entre el 1 de abril y el 31 de octubre.

Unión Hotelera de Asturias y Gijón analizan actuaciones conjuntas para el Sector

Se pretende incrementar la competitividad del Sector de Gijón y de la Comunidad

El Comité Ejecutivo de UHA, encabezado por su presidente, Javier Álvarez, se ha reunido con la alcaldesa de Gijón, Paz Fernández, y el concejal de Promoción

Económica y Turismo, José María Pérez, para analizar "diferentes formas de colaboración que repercutan positivamente en el Sector".

Unión Hotelera de Asturias (UHA) se ha reunido con el Ayuntamiento de Gijón para tratar la posibilidad de realizar acciones conjuntas que puedan repercutir positivamente en el sector. La asociación empresarial ha explicado que en el encuentro han participado varios miembros del nuevo Comité Ejecutivo de la Asociación, que tomó posesión del cargo el 1 de enero de 2010, en concreto, el vicepresidente primero, Fernando Corral, el tesorero, Rubén Rodríguez, y la gerente de la asociación, Julia Peñalosa.

La reunión se ha celebrado por petición previa de Unión Hotelera del Principado de Asturias y ha servido al nuevo Comité Ejecutivo para "darse a conocer ante la máxima autoridad de Gijón" y, principalmente, para que ambas partes "pudieran tratar temas de interés común", relacionados con la actual situación de la industria turística local, y "más específicamente", de la hotelería gijonesa.

Durante la reunión y dado que ambas partes tienen entre sus prin-

cipales objetivos "trabajar para mejorar la competitividad del Turismo gijonés", tanto Unión Hotelera como el Ayuntamiento han mostrado su receptividad de cara a "trabajar conjuntamente en beneficio de la industria del ocio local", tal y como ha precisado la asociación.

De cara al futuro, la UHA y la Administración local "confían en poder desarrollar proyectos de colaboración que repercutan positivamente en el Sector Turístico gijonés y, por ende, en el asturiano".

Andorra certifica a los hoteles con un sello de calidad de Turismo de negocios y congresos

La oferta comercial y sus conexiones por carretera son algunos de los atractivos

El Principado de Andorra cuenta con 23 hoteles con sello especial de negocios y reuniones y seis con sello especial de congresos dentro de su apuesta por ser

un destino de referencia para el Mercado de Reuniones. Para obtener esta certificación, los hoteles deben cumplir ciertos requisitos de espacio y servicios.

Estos certificados aprobados por el Principado obedecen a una serie de condiciones que deben reunir los hoteles. De este modo, para obtener el sello de calidad de negocios y reuniones se debe disponer de una sala de reuniones de, como mínimo, 30 metros cuadrados y una suplementaria de 14 metros cuadrados. Mientras que los hoteles distinguidos con el sello de congresos cuentan con una sala de 300 metros cuadrados y otra reservada a conferencias con capacidad para 150 personas. En ambos casos,

las instalaciones deben contar con los últimos sistemas tecnológicos.

Estas certificaciones forman parte de la apuesta de Andorra por el Mercado de Reuniones, ya que pretende convertirse en un destino de referencia para la organización de reuniones y congresos con capacidad de hasta 500 personas, aseguran desde la Oficina de Turismo. Uno de los espacios con mayor capacidad es el Palacio de Congresos de Andorra la Vella que tiene un auditorio para albergar a cerca de medio centenar de personas.

Asimismo, cuenta con el Centre de Congressos de Ordino, el Centre Cultural i de Congressos Lauredià en Sant Julià de Lòria, el Centre Turístic i Cultural Les Fontetes en la Massana, el Prat del Roure y la Sala d'actes en Escaldes-Engordany, entre otros.

La oferta lúdica y comercial, así como su fácil acceso desde distintos puntos de la red viaria española, "han situado a Andorra como una alternativa en los destinos profesionales o como incentivo por su oferta de actividades al aire libre", destaca la Oficina.

La Comunidad de Madrid facilita modernizar el Hotel Ritz

El Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid ha aprobado la modificación puntual del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) en la zona de la Plaza de la Lealtad correspondiente al hotel con el objetivo de "acondicionar el inmueble", que cuenta con la máxima protección establecida. El vicepresidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, ha explicado que la remodelación prevista "garantiza la protección de las características arquitectónicas y constructivas y de los volúmenes, formas y elementos decorativos de este emblemático edificio". El Consejo de Gobierno ha autorizado un incremento de la edificabilidad del hotel en menos de un 10% de la actual: un total de 1.538,9 metros cuadrados, por encima de los 15.425,6 metros cuadrados de edificabilidad ya existente.

El hotel habilitará en su segundo sótano una piscina cubierta y una zona de *spa* con dos conexiones de acceso exterior y en el primer sótano se construirá un nuevo pasillo de distribución, nuevas cocinas, almacén y bodega. En la planta baja del edificio, además, se sustituirá la actual cubierta del hall alto y bajo por una cubierta de vidrio, "recuperando el diseño original". Mientras, la entreplanta acogerá una redistribución interior para ubicar el centro empresarial para clientes y la peluquería. Por último, González ha explicado que la catalogación de un edificio con el grado singular de protección se debe a que éste pueda considerarse, en todo o en parte, como un "elemento relevante en la historia del arte y de la arquitectura".

Producto

El nuevo Hotel Santo Domingo de Madrid abrirá próximamente

El nuevo Hotel Santo Domingo va a abrir próximamente sus puertas en Madrid con un total de 80 habitaciones y diferentes instalaciones como un *solarium* o una piscina en la cubierta. Se trata de un establecimiento que "escapa a todos los convencionalismos del mundo de la hostelería", subrayan desde el hotel. El nuevo establecimiento de cuatro estrellas cuenta con habitaciones tematizadas con pinturas murales a cargo de artistas emergentes y un *hall* coronado de bóvedas de porcelana.

Keytel incorpora 15 hoteles a su alta gama 'Prestige Hotels of the World'

Keytel ha incorporado 15 nuevos establecimientos a su marca internacional de alta gama 'Prestige Hotels of the World' (PHW), entre los que se incluyen establecimientos en nuevos destinos como Manila (Filipinas), Beijing (China) y La Habana (Cuba). A nivel internacional la cadena ha incorporado el Manila Hotel, el Hotel G de Beijing, el Hotel Saratoga de La Habana, el St. Raphael Resort de Chipre, el Starhotel Rosa Grand de Milán (Italia), el Grand Hotel Minaretto de Sicilia (Italia) y el Tivoli Praia do Forte (Brasil).

Sol Meliá inaugura el Gran Meliá Shanghai, el primer hotel española en China

Sol Meliá ha inaugurado el Gran Meliá Shanghai, el primero de la compañía en China, un establecimiento que ha supuesto "muchas satisfacciones" para la empresa y que constituye su "auténtica joya de la corona". Se trata del primer hotel de una cadena hotelera española en China y ha sido diseñado por el arquitecto Álvaro Sans. Cuenta con 686 habitaciones y 66 *suites* y ocupa una superficie de 88.000 metros cuadrados construidos y ubicado en primera línea del río Huang Pu, en el epicentro financiero de Lujiazui.

Gat Rooms abre dos hoteles en París y Berlín con una inversión de 40 millones

Gat Rooms invertirá 40 millones de euros en la apertura de dos nuevos hoteles en París y Berlín. Se abrirán en marzo y se sumarán a los que ya tiene en Barcelona y Lisboa. Además la cadena hotelera catalana ha reconocido que se están produciendo conversaciones avanzadas para instalarse en Hamburgo, Marrakech y Casablanca, a la vez que pretende abrir en Roma, Londres, Madrid, Estambul y Nueva York.

La nueva página 'web' de Luxotour amplía su oferta de programación

Luxotour ha modificado su página en Internet para ampliar su oferta a Túnez y, dentro de Marruecos, diferenciar Ceuta y Melilla de la programación del resto del país. Además, la página sigue ofreciendo a las agencias un sistema de reservas *on request*.



www.luxotour.es

La mayorista especializada en Marruecos Luxotour ha modificado su página en Internet para, manteniendo la misma filosofía y estructura, añadir una nueva programación de Túnez y diferenciar su oferta global de Marruecos de sus excursiones en Ceuta y Melilla. En estas dos ciudades incluye billetes de barco, aunque durante la prueba realizada no disponía de información sobre sus horarios. Incluye un sistema de reservas de gran parte de sus programas, exclusivo para las agencias. La nueva página sigue manteniendo únicamente la versión en castellano.

INFORMACIÓN

Accediendo desde el menú del destino seleccionado o desde un buscador textual, presenta la información del programa elegido, con su itinerario, precios, descripción de los hoteles propuestos y de la zona a visitar. También permite descargar folletos y ofertas en PDF.

RESERVA

Desde la descripción de un programa permite, únicamente a los agentes registrados, acceder al proceso de cotización y gestión de reservas, que quedan pendientes de confirmación. Anuncia la posibilidad de consultar posteriormente la reserva e imprimirla.

GENERAL

No incluye ninguna información sobre la empresa, excepto su dirección, incluida en el apartado de 'Condiciones Generales', pero ofrece alguna información de interés para viajar a los países árabes y la relación de países para los que no es necesario un visado.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Se trata de una página amigable que permite consultar sus productos y solicitar reservas muy fácilmente.

▼ Lo Peor / Cotización

Podría permitir cotizar reservas al cliente final, aunque sólo permita gestionarlas a las agencias de viajes.

LUXOTOUR / Mayorista

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Luxotour ofrece a las agencias de viajes, además de una información adecuada y de fácil acceso sobre su programación en el norte de África, un sistema de reservas *on request* que cubre gran parte de su programación, pero que no está disponible para el cliente final.

6.8



Entrada / Presenta únicamente el acceso a cada uno de sus cuatro destinos: Marruecos, Túnez, Ceuta y Melilla.



Producto / En cada destino ofrece los programas, su descripción, precios, información de hoteles y descripción de la zona.



Reserva / Las agencias registradas pueden cotizar y gestionar reservas, que quedan pendientes de confirmación.

Las agencias pueden reservar en el 'portal' de Posadas de España

La página de Posadas de España presenta, con un correcto diseño y una estructura adecuada, la información sobre sus hoteles enfocados a viajes de trabajo y un sencillo sistema de gestión de reservas disponible para las agencias de viajes.



www.posadasdeespana.com

La nueva cadena **Posadas de España**, dirigida al cliente de empresa, negocios y comerciante, que reclama un hotel cercano a su lugar de trabajo, presenta la información de los cuatro hoteles en España que ofrece por el momento. Además, incluye sus servicios para reuniones, y los objetivos de la empresa y sus proyectos inmediatos de apertura de nuevos establecimientos. La página, que dispone de versiones en castellano e inglés, incluye un sencillo sistema de reservas, con áreas dedicadas a la gestión desde agencias y empresas concertadas.

INFORMACIÓN

Seleccionando un establecimiento en la pantalla de hoteles, ofrece una completa descripción en varias pantallas, incluyendo habitaciones, servicios, instalaciones, salones, restauración, ofertas y su plano de situación, además de una amplia galería de fotos.

RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas en tres pasos, que permite seleccionar varias habitaciones por reserva y ofrece áreas específicas para la gestión desde agencias registradas y empresas con acuerdos. También ofrece reservas de coches enlazando con Europcar.

GENERAL

Incluye también información sobre la cadena y sus formas de contacto, así como la descripción de sus nuevos proyectos y un área de noticias y de recursos humanos con sus ofertas de empleo. También presenta formularios para el registro de agencias y empresas.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Se trata de una página que permite una fácil gestión de reservas a particulares, agencias de viajes y empresas.

▼ Lo Peor / Cobertura

Aunque anuncia nuevos proyectos, por el momento sólo ofrece cuatro establecimientos, todos en España.

POSADAS DE ESPAÑA / 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

Posadas de España presenta una página de muy fácil uso y ofrece a las agencias la posibilidad de registrarse en el sistema y de gestionar en ella sus reservas, aunque, a pesar de que dispone de una oferta de interés, su utilidad está limitada por su escasa cobertura.

7.2



Entrada / Presenta el acceso a los hoteles, a la reserva, al resto de sus áreas de información y al alta de agencias y empresas.



Producto / Incluye en varias pantallas la descripción del hotel, sus habitaciones, servicios, salones y situación.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas en tres pasos, con áreas para agencias y empresas registradas.

La página de Azamara ofrece sus cruceros en gran parte del mundo

Azamara Club Cruises presenta una página bien diseñada, pero únicamente en inglés y sin área para las agencias de viajes, la información de sus cruceros y sus barcos y un completo sistema de reservas que es válido únicamente para los usuarios registrados.



www.azamaraclubcruises.com

Azamara Club Cruises, naviera perteneciente al grupo Royal Caribbean, con sede en Miami, especializada en cruceros de lujo en el Caribe, Europa, Asia y transatlánticos, presenta una página de correcto diseño y fácil uso. En ella informa sobre la compañía, sus dos barcos y sus diferentes cruceros, a los que se accede desde un buscador. También incluye un sencillo sistema de reservas de cruceros y excursiones, con acceso posterior a la reserva y posibilidad de *check-in online*. Sin embargo, se limita a ofrecer una única versión en inglés.

INFORMACIÓN

Presenta en la primera pantalla un buscador de cruceros. Ofrece una información adecuada del crucero, su itinerario, los puertos de paso y las excursiones y 'paquetes' asociados, así como del barco, los planos por planta y visitas virtuales del barco y los camarotes.

RESERVA

Una vez seleccionado el crucero, informa sobre los tipos de camarote y sus precios y permite su reserva, aunque si el usuario no está registrado, obliga al registro previo. No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes ni contempla su gestión de reservas.

GENERAL

La página incluye información sobre la naviera y sus principales directivos. También informa sobre sus delegaciones en los países en los que opera, sobre sus promociones especiales y sobre su Captains Club y las condiciones que ofrece a sus afiliados.

▲ Lo Mejor / Completo

Es un sistema muy completo para el cliente final de información y reserva de cruceros en gran parte del mundo.

▼ Lo Peor / Idiomas

Aunque permite al usuario definir su país de residencia, sólo dispone de una única versión en inglés.

AZAMARA CLUB / Navieras

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Azamara Club Cruises ofrece a los profesionales de Turismo únicamente la posibilidad de consultar las características de sus cruceros y sus barcos y las formas de contacto con su representante en España, pero sin opción para gestionar sus reservas.

6.8



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, a la descripción de sus zonas y a un buscador de cruceros.



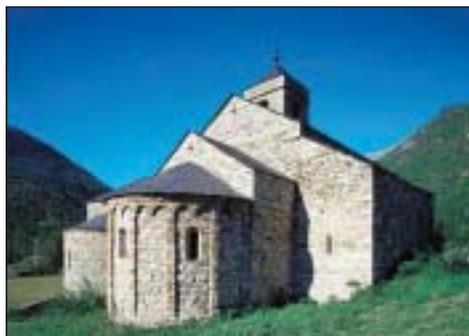
Producto / Accediendo desde el buscador presenta la información del crucero, el barco y las excursiones asociadas.



Reserva / Su sistema de reservas, no disponible para las agencias, facilita una rápida y completa gestión al cliente final.

La provincia de Lérida presenta una amplia información en la Red

El 'sitio' oficial de Turismo de Lérida ofrece, con una correcta presentación y adecuada estructura, un amplio conjunto de información sobre todos los temas de interés turístico en la provincia y el enlace con su central de reservas de hoteles.



www.lleidatur.com

El Patronato de Turismo de Lérida presenta una página bien diseñada que incluye la información sobre todos los tipos de atractivos turísticos que pueden interesar a un viajero en la provincia. La página, que además ofrece una sección dedicada a su Club de Amigos de Lérida, que disponen de ofertas especiales y otras ventajas, enlaza con la central hotelera oficial de la provincia. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano, catalán, euskera, aranés, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, holandés y hebreo.

INFORMACIÓN

Ofrece un amplio conjunto de información de cualquier tema de interés para un viajero en la provincia. Se accede por tipo y subgrupo, ofreciendo un buscador con diferentes parámetros según el tema y una descripción adecuada y las imágenes del seleccionado.

RESERVA

Presenta información y un buscador de distintos tipos de alojamiento, con su descripción pero sin gestión de reservas, aunque en los hoteles incluye el enlace con la central de reservas de la Federación de Hostelería de Lérida, que ofrece una sencilla gestión.

GENERAL

Presenta también información sobre el Patronato de Turismo de Lérida, así como sobre la amplia oferta turística de la provincia. También informa sobre sus diversas formas de acceso desde Cataluña y alguna áreas próximas y dedica un área al Club de Amigos de Lérida.

▲ Lo Mejor / Información

Ofrece un amplio conjunto de información sobre los temas de interés turístico de Lérida, con un adecuado nivel de detalle.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes, que tampoco pueden gestionar sus reservas desde esta página.

LERIDA / 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 Lérida ofrece a los profesionales de Turismo una completa información sobre cualquier tema de interés para un viajero en la provincia, incluyendo Turismo rural y de aventura, pero no contempla la gestión de reservas desde las agencias.

7.6



Entrada / Presenta el acceso a todos sus tipos de información, anuncios de diversas actividades y una central de reservas.



Producto / Por cada tipo de información presenta sus variedades, un buscador y la descripción del tema seleccionado.



Reserva / Enlaza con un sistema provincial de reservas de alojamientos, que no contempla la gestión desde las agencias.

Indicadores

EL PULSO

Reacción lejana del BSP

LEJANA POR LOS DESTINOS pues son los más distantes los que presentan mejor evolución del BSP en enero. En concreto, Extremo Oriente experimenta un alza del 15% con respecto al mismo mes de 2009, y América sube un 3%, que no es mucho, pero al menos es positivo. Por el contrario, África y Europa bajan un 9% y los destinos nacionales caen un 15%. La mayor posibilidad de alternativas en las distancias cortas (ferrocarril, coche propio, incluso la renuncia al viaje) parecen jugar a favor de continuar la recesión en estos destinos más cercanos mientras que poco a poco se reaniman los viajes a los más alejados. Por supuesto que los datos de un solo mes no son demasiado significativos, aunque en este caso sí parecen dar una buena muestra de lo que puede dar de sí el año, al menos en su primera mitad. Un dato curioso es que aumentan los reembolsos, tanto nacionales como internacionales, y mucho, lo que puede significar que también aumenta la predisposición a viajar, aunque haya arrepentimientos.



JOSÉ ARQUERO

Previsión

Previsión

Dólar ar USA
22.2.2010
1,352 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1.412 \$/€
	6 Meses	1.409 \$/€
	12 Meses	1.408 \$/€

Yen Japonés
22.2.2010
124,170 ¥/€

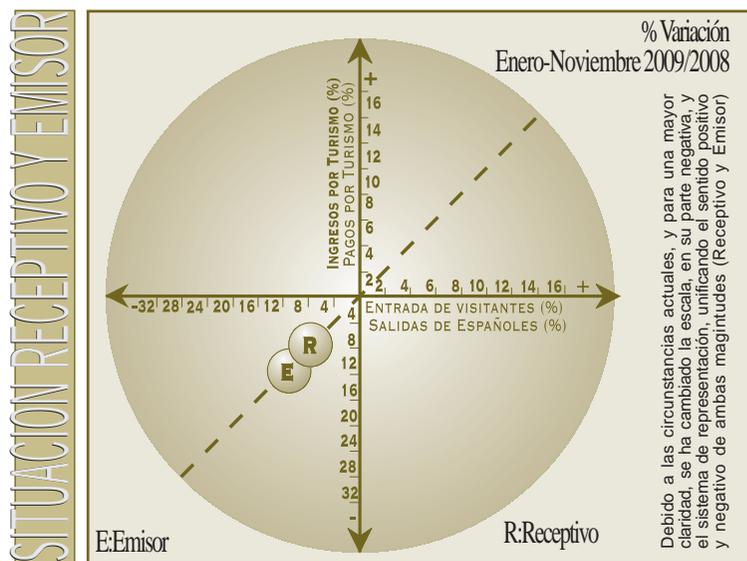
Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	123,853 ¥/€
	6 Meses	123,448 ¥/€
	12 Meses	123,487 ¥/€

Libra Esterlina
22.2.2010
0,878 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,877 £/€
	6 Meses	0,875 £/€
	12 Meses	0,876 £/€



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

SE CONTUVO LA BAJA DEL EURO e incluso se produjo alguna tímida reacción, manteniéndose más cerca de los 1,35 que los 1,3 dólares. El apaciguamiento de los temores sobre Grecia y España —con buena colección de deuda incluida— contribuyó a una mayor tranquilidad, antes incluso de lo previsto era la cota de los 1,3 dólares/euro. No

quiere esto decir que haya pasado ya el peligro de una fuerte especulación, pues la situación de los mercados monetarios sigue siendo muy inestable, opero al menos se aleja, de momento, el fantasma de una catástrofe inmediata. En cualquier caso, el Emisor sigue resintiéndose de la incertidumbre, casi más que de otros factores como podría ser el precio del petróleo.

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	60,92	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,13
ALBANIA	Lek	138,18	DJIBOUTI	Franco	238,18	LIBANO	Libra	2.042,86	RUSIA	Rublo	41,12
ANGOLA	Kwanza	122,84	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,67	LIBERIA	Dólar	95,95	SALOMON	Dólar	10,73
ANT. NEERL.	Guilder	2,44	ECUADOR	Dólar	34.025,00	LIBIA	Dinar	1,71	SAMOA OCC.	Tala	3,45
ANTIGUA	Caribe	3,67	EEUU	Dólar	1,36	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,67
ARABIA SAUDI	Rial	5,10	EGIPTO	Libra	7,47	MACAO	Pataca	10,89	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,67
ARGELIA	Dinar	99,42	EL SALVADOR	Colón	11,91	MACEDONIA	Denar	61,29	SANTA HELENA	Libra	0,87
ARGENTINA	Peso	5,25	ERITREA	Nakfa	20,42	MADAGASCAR	Ariary	2.960,18	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,67
ARMENIA	Dram	517,18	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,66	SAO TOME	Dobra	21.129,50
ARUBA	Florin	2,44	ETIOPIA	Birr	18,23	MALAWI	Kwacha	205,24	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,54	FIJI	Dólar Fiji	2,65	MALDIVAS	Rupia	17,42	SERBIA	Dinar	98,32
AZERBAIJAN	Manat	1,10	FILIPINAS	Peso	62,93	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	156,64
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,36	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,87	SIERRA LEONA	Leone	5.312,65
BAHRAIN	Dinar	0,51	GAMBIA	Dalasi	35,74	MARRUECOS	Dirham	11,21	SINGAPUR	Dólar	1,92
BANGLADESH	Taka	94,26	GEORGIA	Lari	2,32	MAURICIO	Rupia	41,31	SIRIA	Libra	62,40
BARBADOS	Dólar Barbados	2,72	GHANA	Cedi	1,95	MAURITANIA	Ouguiya	355,90	SOMALIA	Shilling	1.980,26
BELIZE	Dólar Belize	2,65	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,67	MEXICO	Peso	17,67	SRI LANKA	Rupia	156,11
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,36	MOLDAVIA	Leu	17,40	SUAZILANDIA	Lijangeni	10,51
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,36	GUATEMALA	Quetzal	11,11	MONGOLIA	Tugrik	1.963,92	SUDAFRICA	Rand	10,51
BHUTAN	Ngultrum	63,18	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,16
BIELORRUSIA	Rublo	3.945,54	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTSERRAT	Dólar	3,67	SUECIA	Corona	9,90
BOLIVIA	Boliviano	9,55	GUINEA ECUAT.	Franco	6.839,04	MOZAMBIQUE	Metical	42,20	SUIZA	Franco	1,47
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	277,29	MYANMAR	Kyat	8,72	SURINAM	Dólar	3,74
BOTSWANA	Pula	9,41	HAITI	Gourde	54,10	NAMIBIA	Rand	10,51	TAILANDIA	Baht	45,23
BRASIL	Real	2,54	HONDURAS	Lempira	25,72	NAURU	Dólar	1,54	TAIWAN	Dólar	43,64
BRUNEI	Dólar Brunei	1,92	HONG-KONG	Dólar	10,58	NEPAL	Rupia	101,10	TAJIKISTAN	Somoni	5,94
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	270,90	NICARAGUA	Gold	28,53	TANZANIA	Shilling	1.840,75
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	63,18	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.674,03	INDONESIA	Rupia	12.711,70	NIGERIA	Naira	206,02	TONGA	Pa'anga	2,62
CABO VERDE	Escudo	100,58	IRAN	Rial	13.460,30	NORUEGA	Corona	8,05	TRINIDAD	Dólar	8,64
CAMBOYA	Rial	5.657,68	IRAQ	Dinar	1.585,57	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,96	TUNEZ	Dinar	1,89
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,12	OMAN	Rial	0,52	TURKMENISTAN	Manat	19.346,60
CANADA	Dólar Canada	1,44	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,36	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,36
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,36	PAKISTAN	Rupia	115,64	TURQUIA	Lira	2,07
CHILE	Peso	719,49	ISLANDIA	Corona	175,47	PANAMA	Balboa	1,36	TUVALU	Dólar Australiano	0,65
CHINA	Yuan (o)	9,30	ISRAEL	Shekel	5,12	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,64	U.E.A.	Dirham	5,00
COLOMBIA	Peso	2.634,56	JAMAICA	Dólar	121,44	PARAGUAY	Guaraní	6.376,29	UCRANIA	Hryvnia	10,92
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	122,49	PERU	Nuevo Sol	3,89	UGANDA	Shilling	2.746,50
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,96	POLONIA	Zloty	4,02	URUGUAY	Peso	27,02
CONGO (R.D.)	Franco	1.249,98	KAZAKHSTAN	Tenge	201,48	PUERTO RICO	Dólar USA	1,36	UZBEKISTAN	Sum	2.083,34
COREA NORTE	Won	1,77	KENYA	Shilling	104,80	QATAR	Rial	4,95	VANUATU	Vatu	138,06
COREA SUR	Won	1.567,29	KIRGUISISTAN	Som	60,90	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,85
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,54	R. DOMINICANA	Peso	49,27	VIETNAM	Dong	25.859,00
COSTA RICA	Colón	748,65	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,87	YEMEN	Rial	289,88
CROACIA	Kuna	7,31	LAOS	Kip Pot Po	11.510,00	REP. CHECA	Corona	25,99	ZAMBIA	Kwacha	6.315,04
CUBA	Peso Cubano (o)	1,36	LESOTHO	Maluti	10,51	RUANDA	Franco	779,62	ZIMBABUE	Dólar	523,44

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-Noviembre 2009	36.068 M €	-9,4% (anual)	El mismo ritmo de descenso
Pagos por turismo	Enero-Noviembre 2009	11.042 M €	-14,5% (anual)	Caída a tasa constante
Entrada de visitantes	Enero-Diciembre 2009	52.231.099 M	-8,7% (interanual)	Importante reducción anual
IPC (Transporte aéreo)	Enero 2010	119,461 (índice)	-1,6% (interanual)	La escasa demanda presiona a la baja

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

Booking

NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00
✉ 91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Valencia, 231 1ª BARCELONA	☎ 93-4827108 Fax 93-4827131
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 22 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Corts Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ª San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3ª BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H. MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos 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 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUUESTROS 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 5ª 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

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3ª BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Lluyt Air Marketing, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
INTER-FLIGHTS Los Arfe, 66 MADRID	☎ 91-5590443-44 Fax 91-5590520
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
SPANAIR Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA	☎ 902-131415-971-745020 Fax 971-492553
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2ª Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos 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
--	--------------------------------

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 Catalanes, 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 Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPESDERIAS 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 1º 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 3ªB MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOCARES GARCIA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	☎ 91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4º 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
---	--------------------------------

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

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

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

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

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

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Tel: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745
E-mails: fetsalain@yahoo.com, alanf_3@hotmail.com

Coste a Commit asegurado a sus posibilidades

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Minoristas y turoperadores buscan agentes con experiencia

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.

■ **Mayorista de Costa Nacional.** Agencia de viajes mayorista. Sevilla. Turoperador precisa un comercial para las provincias de Sevilla, Jaen y Córdoba. Se encargará de visitar a los clientes que le proporcionemos para presentar nuestros productos. Es imprescindible carné de conducir. Proporcionamos vehículo. Se valorará experiencia. C.V.: ofertaempleo2010@hotmail.com.

■ **Tyssa Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes asociada a Carlson Wagonlit Travel busca un financiero que lleve la contabilidad de la empresa durante tres días a la semana. Requisitos: titulado ADE, grado superior de Administración o similar, experiencia demostrable de entre cinco y ocho años en agencia de viajes. Abstenerse los que no cumplan estos requisitos. C.V.: ricardo.delatorre@tyssaviajes.com.

■ **Turismo Global.** Agencia de viajes. Madrid. Se necesita agente de viajes con experiencia mínima de dos años y conocimientos de Amadeus. Se ofrece sueldo de 1.000 euros netos. C.V.: d4136@marsans.es.

■ **Viagea.** Agencia de viajes. Madrid. Agente de viajes para oficina de Moncloa. Requisitos: inglés hablado y escrito, Amadeus, Renfe web y experiencia en atención telefónica a empresas. C.V.: info@viagea.eu.

■ **Viajes Eco.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia especializada en viajes a medida necesita incorporar personas con experiencia demostrable de más de dos años en puesto de agente de viajes de empresa. Requisitos: amplios conocimientos de Amadeus y Renfe, dominio de la informática e Internet a nivel de búsquedas y compras. Se valorará aportación de clientes, conocimientos de otros idiomas y entusiasmo a la hora de trabajar. C.V.: almudena.pimentel@viajeseco.com.

■ **Viajes El Corte Inglés.** Agencia de viajes. Soria. Se necesita agente de viajes con experiencia mínima de dos años. Se ofrece plan de carrera y formación, contrato laboral y salario fijo según valía más incentivos. Requisitos: experiencia en venta de 'paquetes' vacacionales y atención al cliente, conocimientos de Amadeus y aptitudes comerciales. C.V.: personal@viajeseci.es.

■ **Mapat Toursl.** Agencia de viajes mayorista. Madrid. Se precisa para la delegación de Madrid un comercial para visitar las agencias en Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Requisitos: carné de conducir y vehículo propio. C.V.: comercial.mapatours@gamil.com.

■ **Ocihotel.** Agencia de viajes mayorista. Madrid. Precisamos una persona para nuestro departamento de Booking. Requisitos mínimos: experiencia en puesto de agente de viajes o similar. C.V.: info@ocihotel.com.

■ **Viajes United World.** Agencia de viajes. Madrid. Agente de viajes con experiencia en

puesto similar. Funciones: atención al cliente, venta de billetes de avión, tramitación de visados. Requisitos: conocimientos de Amadeus y Orbis. C.V.: info@unitedworld.es.

■ **Turoperador Nacional de Costas.** Agencia de viajes mayorista. Madrid. Precisamos comercial para la zona centro de España. Se encargará de visitar la cartera de clientes que le proporcionaremos, así como a ampliarla. Imprescindible carné de conducir. C.V.: ofertaempleo2010@hotmail.com.

■ **Rafaelhoteles.** Cadena hotelera. Madrid. La central corporativa de Rafaelhoteles en Madrid necesita incorporar un responsable de contratación. Requisitos mínimos: experiencia de al menos tres años en el sector hotelero, contactos a nivel nacional e internacional y nivel alto de inglés. C.V.: psonal@rafaelhoteles.com.

■ **General Tours.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia ubicada en Madrid busca persona para el departamento de Booking. Descripción: incorporación inmediata en el departamento de reservas y atención telefónica. Realizará las funciones de gestión de reservas, cotizaciones de grupos e individuales, venta de 'paquetes' turísticos, etc. C.V.: luzflores.madrid@generaltours.es.

■ **Viajes Bolivar.** Agencia de viajes. Madrid. Necesitamos agente con amplia experiencia y cartera de clientes. Requisitos: profesional del Sector con experiencia y manejo de Amadeus. C.V.: jmencia@viajesbolivar.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.** 36 años. Madrid. rrr2@wanadoo.es. ☎ 660 21 15 34.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. cindy983@gmail.com. ☎ 660 376 702.

■ **Agente de viajes.** 46 años. Madrid. mcan dres2009@hotmail.com. ☎ 656 61 44 34.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. jorge.serna@hotmail.com. ☎ 606 43 25 31.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. davinia_mut@hotmail.com. ☎ 699 55 28 27.

■ **Agente de viajes.** 37 años. Madrid. adurillo@hotmail.com. ☎ 676 23 35 86.

■ **Agente de viajes.** 35 años. Madrid. sam_pop@hotmail.com. ☎ 692 26 45 35.

■ **Agente de viajes.** 38 años. Málaga. dianna-milan@hotmail.com. ☎ 661 68 07 84.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. cibndy983@gmail.com. ☎ 660 37 67 02.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Madrid. patricia_fernandez@hotmail.com.

■ **Agente de viajes.** 24 años. Madrid. bioshou_shenshi@hotmail.com.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Turismo musical

↑ Turismúsica presenta en su web la **información** de sus programas de viajes, dedicados exclusivamente a los amantes de la música clásica y que incluyen todos los servicios turísticos del viaje y las entradas a los espectáculos musicales.

⇒ Es una página de **utilidad** para los amantes de la música clásica.

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



<http://www.turismusica.com>

Hoteles de ciudad

↑ La cadena High Tech Hotels presenta una nueva web en la que **informa** sobre parte de los establecimientos de la marca Petit Palace. Se trata de una página bien diseñada, pero que sólo cubre una parte de la funcionalidad de su página general.

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

↓ Los agentes deben gestionar sus **reservas** en la web de High Tech.



<http://petit-palace-hotel.bookassist.com>

Vuelos en todo el mundo

↑ La **website** de KLM **informa** de todos sus vuelos, los de las demás compañías de Sky Team en todo el mundo y otros servicios para el viajero, y permite su gestión al cliente final y empresas, aunque no proporciona un área para las agencias de viajes.

↑ Es una página de **utilidad** para el cliente final y las empresas.

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



<http://www.klm.es>

Transportes en Madrid

↑ Etasa presenta en su página en Internet una completa **información** sobre la empresa y sus líneas de transporte regular en la Comunidad de Madrid, pero muy poca sobre las características de sus servicios discrecionales y su flota de autobuses.

↑ Resulta de **utilidad** por su correcto conjunto de información.

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



<http://www.etasa.es>

Turismo en Ecuador

↑ Visitaecuador.com es una página que **informa** sobre cualquier tema de interés para un viajero en dicho país, accediendo a la información en todos los casos por región, provincia y ciudad, incluyendo ofertas especiales, pero sin gestión de reservas.

↑ Por su amplia información sobre Ecuador, es una web de **utilidad**.

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



<http://www.visitaecuador.com>

Congresos en Santiago

↑ El Palacio de Congresos y Exposiciones de Galicia ofrece en su 'sitio' web toda la **información** sobre los eventos programados, los espacios de que dispone y todos los servicios que ofrece a las empresas que deseen organizar en él sus eventos.

↑ Es de **utilidad** por su completa información para las OPC.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece algunos formularios.



<http://www.palaciosantiago.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Nueva agencia de viajes

✓ Resolución de 18 de enero del ejercicio 2010, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título-licencia de agencia de viajes minorista a favor de Gure Bidaiak.

✓ Resolución de 25 de enero del ejercicio 2010, de la Dirección General de Turismo y Artesanía, por la que se otorga el título de Fiesta de Interés Turístico Regional para 'La Endiablada de Almonacid del Marquesado' (Cuenca).

✓ Resolución de 21 de enero del ejercicio 2010, de la Consejera de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial, por la que se declara Fiesta de Interés Turístico de La Rioja a las 'Fiestas de San Bernabé en Logroño'.

✓ Resolución de 1 de febrero del ejercicio 2010, de la Consejera de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial, por la que se dictan las normas para la obtención de la habilitación como guía turístico en la Comunidad autónoma de La Rioja.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Más sobre Extremadura y Portugal

'Vivir Extremadura y La Raya Portuguesa'. Edita Vivir Extremadura

Más de 4.000 referencias de restaurantes, alojamientos, artesanía, productos de la tierra y referencias patrimoniales y culturales se unen en la guía *gourmet* 'Vivir Extremadura y La Raya Portuguesa 2010'. Esta publicación del grupo editorial Vivir Extremadura pretende servir de compañera de viaje clave para conocer cada rincón de Extremadura y de las regiones portuguesas del Alentejo y la Beira Baixa, según informa el grupo editorial.

A lo largo de más de 400 páginas, los lectores encontrarán referencias de cientos de establecimientos, tanto de restaurantes de reconocido prestigio nacional y cocina de vanguardia, como pequeñas casas de comida, tascas o tabernas. En cuanto a los alojamientos que aparecen en la publicación, cabe destacar la gran variedad, apareciendo lujosos hoteles de cuatro o cinco estrellas, pequeñas casas rurales o albergues con encanto. "Todo puede ser en esta tierra", apuntan desde el grupo editorial en relación a Extremadura y La Raya.

Además, indican que en próximas fechas, la organización celebra-



rá un acto en el que se hará entrega del galardón que otorga la guía *gourmet* a restaurantes extremeños y portugueses. 'La Flor de Jara' es un reconocimiento al trabajo de profesionales, el cual ha sido valorado y votado por un equipo técnico absolutamente independiente que ha visitado cada establecimiento de manera anónima. Cabe recordar que la guía se distribuirá en toda España en quioscos, librerías y grandes superficies, así como en Portugal en su edición portuguesa.

CURSOS

Madrid formará a agentes argentinos

La ciudad creará un programa de formación con la AAAVyT

Madrid pretende impulsar su proyección internacional con diversas iniciativas. Entre ellas destaca el Plan de Acciones Conjuntas para la Promoción de la Ciudad de Madrid en Argentina, presentado recientemente por el delegado de Economía, Miguel Ángel Villanueva. Entre las acciones enmarcadas en dicho plan, que ha sido realizado en colaboración con la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVyT), destaca la creación de un programa de formación *online* sobre la ciudad de Madrid, al que podrán acceder los agentes de viajes que pertenezcan a la Asociación.

"Este proyecto permitirá a los agentes de viajes argentinos mejorar el servicio de asesoramiento que ofrecen a sus clientes, y, a la vez, aumentar el número y la calidad de la experiencia de los visitantes argentinos que llegan a nuestra ciudad", señala el delegado de economía.

CALENDARIO

Ferias de Turismo de marzo

● Del 10 al 14 de marzo de 2010, ITB 2010, Feria mundial y congreso de la industria de viajes, Berlín, Alemania. ITB permitirá un año más a los visitantes acceder a un amplio abanico de destinos de todo el mundo en cuestión de horas. La feria alemana albergará todos los segmentos turísticos, como turoperadores, sistemas de reservas, países, alquiler de coches, hoteles y empresas de transportes, entre otros. Además, ITB Berlín también es una gran oportunidad para establecer contactos comerciales entre profesionales turísticos. Para más información sobre la feria acceder a www1.messe-berlin.de.

● Del 17 al 18 de marzo de 2010, Emif, feria europea de la industria de reuniones y eventos, Bruselas, Bélgica. Emif es una de las mayores ferias de Europa para profesionales del sector de reuniones, incentivos, congresos, seminarios, conferencias y eventos. Para más información sobre la feria celebrada en Bruselas puede acceder a la siguiente página web: www.emif.com.

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO DIARIO ONLINE



CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO DIARIO ONLINE



Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO DIARIO ONLINE



NexoHotel.com
HOTELERIA Y ALOJAMIENTO
PERIODICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)



CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



CEHAT
HOTELERIA ESPAÑOLA
PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)

SUBEN

▲ Michel Taride



Hertz ha nombrado a su vicepresidente ejecutivo, Michel Taride, como presidente de Hertz Internacional. Con anterioridad, Taride fue presidente de Hertz Europa y estuvo al frente de la compañía en Asia-Pacífico, además de Europa, África y Oriente Medio.

▲ M^a José Martínez



Catai Tours ha nombrado a María José Martínez delegada comercial para la Comunidad Valenciana y Albacete. Desde 1987 Martínez ha desarrollado su carrera profesional en el Sector Turístico, ocupando puestos de relevancia en agencias y cadenas hoteleras.

▲ Juan C. Delgado



Accor Hospitality España ha designado a Juan Carlos Delgado director general. La cadena crea así una dirección general única para todas sus marcas en España. Delgado es diplomado en Turismo, Hotelería y Restauración por el Lycée Hôtelier de Nice.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan José Hidalgo	3
Entrevista / Manuel López	4
Escaparate	6-15
ICTE	16-17
Gestión	19
Mostrador	20-22
Club	23
Hotelería	24-25
Evaluatnet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

Dominan cruceros y vacaciones de verano

Curiosamente, la venta a medio plazo (primeros de verano, Junio y Julio) esta siendo protagonista en las agencias, más que el puente de san José, o la no muy lejana Semana Santa, para los que apenas hay demanda. Incluso la nieve, quien sabe si por saturación, empieza a flojear. Y no digamos las empresas, cada vez más restringidas. Pero las perspectivas veraniegas, animadas por las políticas de descuentos de los grandes grupos, siguen animándose, junto a los cruceros que continúan siendo el producto estrella de la temporada. Su precio asequible, y sobre todo la perspectiva del «todo incluido» sin sorpresas desagradables de última hora en el presupuesto son las claves.

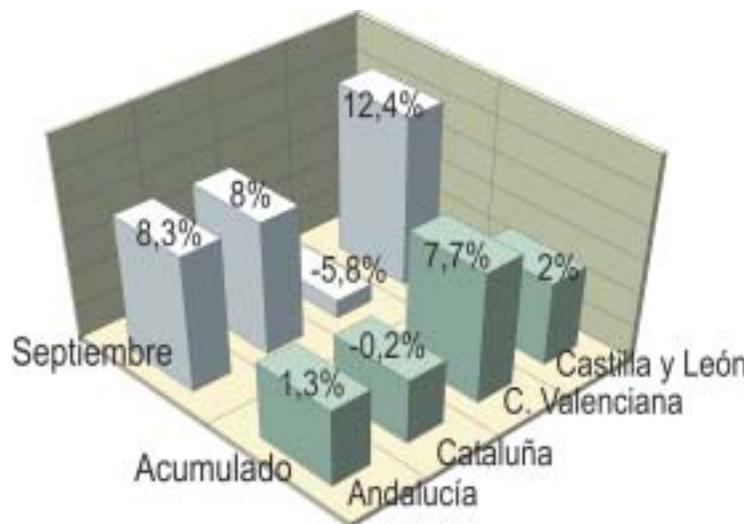


COYUNTURA

España emite más viajeros

Desmarcándose de la evolución negativa de los desplazamientos a nivel mundial, los españoles han realizado 174,5 millones de viajes en 2009, un 3,3% más que en 2008. El 92% de los viajeros se decanta por destinos nacionales, mientras que el 7,2% elige el extranjero, aumentando estos últimos un 12,5%. Esta variación se debe, en gran medida, al fuerte incremento de los viajes por motivo de trabajo, que crecen un 39,5%.

Evolución destinos nacionales



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

Los españoles han realizado 174,5 millones de viajes en 2009, cifra récord, experimentando un incremento del 3,3% respecto al ejercicio anterior. Según la encuesta e Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar), que elabora el Instituto de Estudios Turísticos (IET), el 92,8% de los viajes son internos, registrado una evolución del 2,7%, mientras que el 7,2% restante corresponde a desplazamientos internacionales, que aumentan un 12,5%. Esta variación se debe, en gran medida, al fuerte incremento de los viajes por motivo de trabajo, que crecen un 39,5%.

Por Comunidades de destino, Andalucía se convierte en la primera opción de los españoles, con un total de 29,6 millones de visitantes, lo que supone un aumento interanual del 18%. Cataluña ocupa la segunda posición con más de 23 millones de viajeros. Finalmente, la Comunidad Valenciana cierra 2009 como la tercera región más concurrida, con un total de 19,2 millones de turistas, según el avance del mes de diciembre elaborado por el IET.

Resultados de septiembre

En septiembre de 2009, último mes analizado en profundidad por el IET, los españoles han efectuado 13,7 millones de viajes, un 4,7% más que hace un año. Durante este periodo, los desplazamientos internos suponen el 91,8% del total, mientras que los viajes al extranjero el 8,2% restante. Ambos destinos aumentan respecto a las cifras alcanzadas en septiembre de 2008, con evoluciones positivas del 4,7% y

4,2%, respectivamente. Como viene siendo habitual, el coche destaca como principal medio de transporte, acaparando el 78,5% de los desplazamientos, seguido en importancia por el avión, con un peso del 9,3%. La evolución de ambos es positiva, con un incremento de

los viajes en coche del 2% y del 2,8% en el caso de la vía aérea.

En torno al 50% de los viajes han tenido como destino Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León. Andalucía, se mantiene como el primer destino nacional, con 2,3 millones de viajeros, un

8,3% más que en septiembre de 2008. A continuación aparece Cataluña, que experimenta un incremento del 8%, contabilizando un total de 1,8 millones de viajes.

Con un descenso del 5,8%, la Comunidad Valenciana recibe en septiembre 1,4 millones de viajes. Los de ocio permanecen prácticamente constantes, mientras que las visitas a viviendas de familiares y amigos descienden. Finalmente, Castilla y León se consolida como el cuarto destino a nivel nacional, con 1,4 millones de viajes, cifra que supone un incremento del 12,4% respecto al mismo mes de 2008. Este buen comportamiento se debe, en gran medida, al aumento de las llegadas de viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid. El resto de Comunidades receptoras, que aglutinan en su conjunto algo más de 5,6 millones de turistas nacionales —el 41% del total de los turistas españoles—, muestran una evolución interanual del 3,4%.

Comunidad de Madrid, Cataluña y Andalucía son, por este orden, las principales Comunidades emisoras de turistas en septiembre de 2009. Las tres sobrepasan los dos millones de viajeros emitidos, experimentando crecimientos interanuales del 10,6%, 8,3% y 15,6%, respectivamente. La cuarta potencia emisora de turistas es la Comunidad Valenciana, con un total de 1,3 millones de personas. Si bien esta cifra supone un retroceso del 11% en comparación con el mes de septiembre de 2008. Finalmente, el resto de Comunidades han emitido en su conjunto 5,4 millones de viajeros, registrando así un aumento del 1,4%.

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

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

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

Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Marzo 2010

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno de Cantabria y el ICTE firman un convenio para conseguir una mayor implantación de la 'Q' de Calidad en Cantabria

Las oficinas regionales de turismo, la Sociedad Regional de Turismo y el Club de Calidad Cantabria Infinita servirán de "ejemplo", según el Consejero

El consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Francisco Javier López Marcano, y el presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones, firmaron el pasado 15 de Febrero, un convenio para promover la implantación de la 'Q' de Calidad Turística en las oficinas regionales de turismo y en los establecimientos del Club de Calidad Cantabria Infinita, así como en el departamento de promoción de la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria.

El acuerdo de colaboración pretende, según explicó López Marcano, "servir de ejemplo" y fomentar la cultura de la calidad entre los establecimientos y servicios turísticos de la región.

"Somos una comunidad demasiado pequeña para permitirnos la irresponsabilidad de no ser exigentes con la calidad", subrayó el consejero al explicar que la firma de este conve-

nio responde a la "autoexigencia" que se marca la Consejería en este ámbito porque "queremos mejorar los datos de 2009 y situarnos en una posición de privilegio".

De esta forma, además de en las oficinas de información turística que gestiona la Consejería en diferentes puntos de la región y en el departamento de promoción de la Sociedad Regional de Turismo, el convenio persigue que los 98 establecimientos que forman parte del Club de Calidad Cantabria Infinita también cuenten con la 'Q' que otorga el ICTE.

Si bien, alguno de ellos ya cuenta con la 'Q', se pretende que la mayor parte de los mismos puedan compaginar sendos distintivos. "Ambas marcas que representan la calidad son complementarias y aportan prestigio", insistió López Marcano.

De la misma opinión se mostró el presidente del ICTE.

Mirones destacó la importancia de aumentar el número de establecimientos que puedan tener la 'Q' de calidad.

"La 'Q' añade valor a los establecimientos y a la imagen turística de la región", señaló Mirones, al tiempo que aseguró que este distintivo permite "una rentabilidad importante" para los establecimientos si se tiene en cuenta el "prestigio" que otorga a los mismos y "las campañas de promoción que se realizan".

De hecho, continuó, en 2009 creció un 4,7% el número de establecimientos adheridos a la 'Q' en toda España, lo que representa 450 nuevos con respecto a 2008.

58 establecimientos e instalaciones con 'Q'

De las 2.600 instalaciones que ostenta la 'Q' de Calidad Turística en toda España, Cantabria cuenta (sigue en pág. 17)



El consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Francisco Javier López Marcano, y el presidente del ICTE, Miguel Mirones, en la firma del Convenio.

La Junta Directiva del Instituto para la Calidad Turística Española ha otorgado la I "Q" de Calidad de Oro a S.M. El Rey

La Junta Directiva del ICTE acordó en su última reunión conceder la I "Q" de Calidad de Oro a S.M. El Rey por su reconocimiento, apuesta y trabajo por el sector turístico. La propuesta, que fue aprobada por unanimidad por los miembros de la junta, es la primera de estas características otorgada por el ICTE.

Próximamente la Junta Directiva del ICTE será recibida por S.M. para hacerle entrega de esta I "Q" de Calidad de Oro.

El instituto agradece de este modo a S.M. el permanente apoyo al sector turístico español, por su participación activa en cuanto a las actividades de promoción turística de España se han requerido, así como sus permanentes referencias a la calidad como elemento diferenciador del turismo español.

S.M. ha agradecido sinceramente la concesión de dicho galardón trasladando su renovado apoyo al sector turístico español, como uno de los elementos de referencia internacional en nuestra economía.

El instituto, órgano gestor y certificador de la Marca "Q" de Calidad Turística, marca que representa la calidad del turismo español, cumple 10 años en abril de 2010. Durante este tiempo ha desarrollado una actividad intensa en la elaboración de 20 normas de calidad para el sector turístico español, además de estar participando a nivel internacional en siete grupos de trabajo en el seno de ISO con el fin de aportar la experiencia española en materia de normalización turística.

Nuestro país cuenta en la actualidad con 2.600 establecimientos certificados con la Marca "Q" de Calidad Turística de distintos sectores turísticos que han apostado por la calidad como valor diferencial en sus empresas.

El Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE, está formado por los máximos representantes empresariales del sector turístico español, la Secretaría de Estado de Turismo, las Comunidades Autónomas y la FEMP.



Miembros de la Junta Directiva del ICTE.

(viene de pág. 16)

en la actualidad con 58 entidades certificadas con este distintivo, siendo éstos 20 Agencias de Viaje, 13 Alojamientos Rurales, 12 Hoteles, 6 Restaurantes, 2 Balnearios, 2 Playas (Laredo y San Vicente de la Barquera), 1 Camping, el Palacio de Congresos de Santander y la Estación de esquí de Alto Campoo.

Para aumentar el número, la Consejería y el ICTE impulsarán, a través de este convenio, la puesta en marcha de acciones orientadas a la mejora y difusión de la calidad

Para ello, el ICTE se compromete a ofrecer asistencia formativa mediante la utilización de herramientas on-line. Esta formación on-line se complementará con tutorías presenciales, cuya forma y número será determinada por el Instituto en función de los establecimientos y sus necesidades formativas.

La normalización voluntaria del sector turístico español, consolidada con casi una veintena de normas UNE

Con esta conversión a normas UNE, el proceso de auditoría, a su vez, se agiliza de manera sustancial, facilitando así, la labor de los auditores españoles. Igualmente esta conversión favorece la comprensión y adaptación para su posterior implantación.

El Instituto para la Calidad Turística Española cuenta con 18 normas públicas de rango nacional publicadas hasta el cierre de diciembre de 2009.

Las normas UNE, Una Norma Española, son normas de rango nacional con proyección futura de normas ISO, ya que esa nueva estructura que adoptan las UNE es similar a las de las normas internacionales. Por ello, desde el ICTE, esta conversión de normas privadas a públicas se sigue

viendo como un primer paso ineludible para poder, en un futuro muy cercano, llevarlas a obtener el rango internacional, al igual que ya está haciendo con otros subsectores. Estas normas nacionales se certifican bajo la Marca "Q" Calidad Turística.

El ICTE ejerce las secretarías de 10 comités técnicos de normalización nacional y cuatro grupos internacionales de trabajo en ISO.

Normas UNE publicadas a lo largo de 2009:

- UNE 187005 Convention Bureau
- UNE 188003 Turismo Activo
- UNE 188005 Ocio Nocturno
- UNE 185001 Tiempo Compartido
- UNE 188004 Instalaciones Náutico-Deportivas

Nuevos sectores

En la actualidad se está traba-

jando en la normalización de sectores que fueron demandados y aprobados, tanto por Junta Directiva del ICTE como por cada uno de sus comités plenarios. Entre las actividades solicitadas, se están elaborando durante este año 2010 los siguientes proyectos:

—PNE 1890002 Servicios de Azafatas y Personal de Acogida y Apoyo a la Organización

—PNE 302001 Turismo Industrial

—PNE 16700x Sistema APPCC

—PNE 187007 Patronatos de Turismo

En el actual panorama internacional se sigue trabajando en la redacción de las futuras normas ISO para Balnearios, Campos de golf, Espacios Naturales Protegidos y Playas. Este año se somete también a votación



las propuestas de Turismo Industrial, Estaciones Náutico-Deportivas y posiblemente dos sectores más para añadir a esos futuros 8 grandes grupos de trabajo internacionales, intentando igualar en número a los comités nacionales existentes.

La Junta de Extremadura destina cerca de 800.000 euros en ayudas al sector turístico

La finalidad de las mismas pretende mejorar la calidad, accesibilidad y sostenibilidad de los servicios turísticos extremeños.

La "Q" supone una garantía en calidad del servicio que presta, tanto para el empresario como para el usuario.

El Diario Oficial de Extremadura publicó el 1 de febrero, la Orden por la que se convocan ayudas al sector turístico por importe de 778.066 euros para mejorar la calidad, accesibilidad y sostenibilidad, así como los servicios de las empresas ya existentes, además de apoyar la creación de empresas de actividades complementarias.

Dentro de las ayudas, merecen especial atención las que se prestarán para el mantenimiento, renovación y uso de la marca "Q" de Calidad Turística Española. La "Q" supone una garantía en calidad del servicio que presta, tanto para el empresario como para el usuario.

La cuantía de la subvención no podrá exceder del 30% del



Empresarios extremeños recogiendo el certificado "Q", junto a la Directora General de Turismo de Extremadura, el Secretario de Estado de Turismo y el Presidente del ICTE, en la 6ª Edición de la Noche Q.

presupuesto de la inversión aprobada, con un límite máximo de 100.000 euros, excepto en inversiones para el seguimiento y/o renovación de marcas de calidad, que podrá alcanzar hasta el 50% del presupuesto de la inversión.

Con el objetivo de facilitar al empresario el acceso a las ayudas, se han realizado modificaciones que apuntan a facilitar los trámites de las solicitudes, simplificando el

procedimiento y el tiempo de espera para la concesión de las mismas. Por otra parte, se ha eliminado el requisito de inversión mínima que se venía exigiendo, con lo que pretende fomentar la iniciativa empresarial, la puesta en marcha de actividades turísticas y la correlativa modernización del sector en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

El plazo para la presentación de solicitudes finaliza el 2 de marzo.

La Xunta promueve la implantación de la "Q" de Calidad Turística en las Agencias de Viajes Gallegas

Turgalicia prestará apoyo económico y asesoramiento técnico para que este colectivo entre en el sistema de Calidad Turística Española.

Es la primera vez que se realiza un apoyo de este tipo a Agencias de Viajes para la implantación de la Calidad en Galicia.

El acuerdo contará con una financiación de 60.000 euros, de los que 42.000 euros serán aportados por Turgalicia.

La Consellería de Cultura y Turismo, a través de la Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia, Turgalicia, y la Secretaría General de Turismo de la Xunta de Galicia, firmaron el 4 de Febrero, un acuerdo de colaboración con la Asociación Galega de Axencias de Vixes (AGAVI) y la Asociación Provincial de Axencias de Viaxes de Pontevedra (AVIPO), con objeto de la implantación de Calidad Turística, por medio de la certificación de la Marca "Q".

El acuerdo contará con una financiación de 60.000 euros, de los que 42.000 euros serán aportados por Turgalicia.

De este modo, Turgalicia, apoyará a aquellas agencias de viaje con sede social en Galicia, que decidan implantar de forma voluntaria, las normas de calidad desarrolladas por el Sistema de Calidad Turístico Español. A través de este acuerdo, se ofrecerá un servicio de consultoría a nivel colectivo para la implantación de la "Q" de Calidad Turística, así como apoyo económico en los costes de auditoría.

Por su parte Turgalicia, proporcionará apoyo técnico y profesional en los protocolos de trabajo que diseñen las asociaciones para implantar el Sistema de Calidad en las agencias de la comunidad.

Así mismo, organizará y ejecutará un acto de entrega de certificaciones "Q" a lo largo del periodo de vigencia de este acuerdo, además, incorporará en sus documentos de promoción el distintivo "Q" a las agencias que alcancen la certificación, e incluirá espacios para esta en guías, folletos y en su página web.

BREVES:

- Jornadas Formativas impartidas por el ICTE a distintas administraciones

El Instituto para la Calidad Turística Española, en su labor de trasladar la importancia de la calidad en los servicios turísticos, viene desarrollando una serie de jornadas formativas en centros de gestión turística de distintas administraciones, con el fin de formar a los responsables directos en la gestión de la calidad, así como del cumplimiento de los requisitos de las normas UNE, con la finalidad de que conozcan en detalle el contenido de las mismas y entiendan el modo de aplicación dentro de su particular estructura.

El Patronato de Turismo de Madrid ha sido uno de los últimos receptores de esta formación, fruto del convenio que estableció en su día el ICTE con el Ayuntamiento de Madrid.

Durante el mes de febrero, la Directora de Formación del ICTE impartió a los responsables de los diferentes departamentos del Servicio de Atención y Acogida del Turista, así como a los responsables de calidad de la OIT de Madrid, formación sobre la norma UNE 187003 de Oficinas de Información Turística.

La jornada, que tuvo lugar en la sede del Patronato de Turismo de Madrid, sirvió para despejar muchas dudas acerca de la puesta en práctica de la norma con los servicios particulares de estas oficinas y el modo de recogida de registros, indicadores y elaboración de documentos.

Estas actuaciones se suman a la nueva línea de actividades que se vienen desarrollando en el departamento de formación del ICTE desde hace un año como parte de las acciones que venían demandándose.

- El Turismo Industrial, un paso más cerca de la Q de Calidad Turística

Reunión del CTN 302 GT1 Turismo Industrial en Sevilla. El grupo de trabajo correspondiente a Turismo Industrial, se reunió en Sevilla los pasados 10 y 11 de Febrero para continuar desarrollando la normalización voluntaria de su sector.

Este comité, cuya secretaría ostenta el Instituto para la Calidad Turística Española, representa uno de los cuatro nuevos sectores en los que se está trabajando durante este 2010.

- El ICTE mantiene las tarifas de uso de marca

La Junta Directiva del ICTE aprobó en su última reunión para este año 2010 el mantenimiento de tarifas con el mismo importe que 2009.

Este acuerdo alcanza a los costes por el Uso de Marca de la "Q" de Calidad Turística; a la adhesión y venta de documentación, como son las normas y autoevaluaciones; al material promocional: Placas, banderas, artículos de merchandising y duplicados de certificados y subcertificados.

Por otro lado se han establecido las tarifas de los nuevos sectores a certificar, tras la publicación de las nuevas Normas UNE para los sectores de Instalaciones Náutico-Deportivas, Ocio Nocturno, Tiempo Compartido, Turismo Activo.

- El ICTE participó en la 6ª edición de la TCv

Del 26 al 28 de Febrero de 2010 se celebró en Valencia, la sexta edición de TCv, Feria Internacional Turismo Comunidad Valenciana.

El Instituto, con la colaboración de TCv, estuvo presente durante los días de la feria informando a profesionales y público general sobre el Sistema de Calidad Turística Española y la Marca "Q" de Calidad Turística.

Así mismo, el Director General del ICTE, mantuvo en el stand del Instituto diversas reuniones con representantes y profesionales del sector con el fin de potenciar y difundir las certificaciones en el sector turístico.