



JOAN MESQUIDA
'I need Spain'

PÁG. 8 / La nueva promoción de España busca fortalecer el liderazgo del destino



ANTONIO VÁZQUEZ
La crisis afecta a Iberia

PÁG. 11 / Frente a las ganancias de 31 millones en 2008, en 2009 Iberia pierde 273 millones



ABELARDO CARRILLO
AVE: Viajar para vivir

PÁG. 2 / Para Carrillo viajar es un placer y una forma de expandir nuestro bienestar



JUAN JOSÉ OLIVÁN
Cuestión de supervivencia

PÁG. 10 / Para Airmet, la unión de las agencias independientes es cuestión de supervivencia



JOANA BARCELÓ
Renovación turística

PÁG. 7 / La nueva consejera de Turismo de Baleares busca la re-conversión turística

Las agencias piden que el Gobierno rectifique su decisión de subir el IVA

El Sector espera que, al menos, el Ejecutivo central 'retrase su aplicación'

La subida del IVA a partir del 1 de julio "provocará una caída del consumo, y encarecerá los viajes", según las Asociaciones. De ahí que las agencias de viajes

pidan al Gobierno que "rectifique" o al menos que "retrase su aplicación". En plena temporada alta, el IVA pasará del 16% al 18% y el reducido del 7% al 8%.



José Manuel Maciñeiras de AEDAVE.

La baja rentabilidad acelera los cierres

El presidente de AEDAVE destaca que "la pérdida de rentabilidad ha propiciado una aceleración del cierre de oficinas". Pág. 4

'El Consultor' ayuda a mejorar ventas en la Red

El Consultor muestra las claves para incrementar las ventas online y mejorar el posicionamiento de la web en Internet. Pág. 15

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

"Llevamos desde antes de que se hablara de este aumento reclamando una bajada del 16% al 7%", explica el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, que denuncia que "la clasificación que tenemos en la actualidad no es la correcta". Más aún, como advierte el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, esta medida tendrá unas consecuencias



Rafael Gallego

negativas al aplicarse en una época "en la que estaremos en plena temporada alta". El gerente de UNAV, Ramón Buendía, destaca que entre julio y finales de año "se efectúan el 70% de las ventas", y Gallego apunta que "pedimos al Ejecutivo que lo baje al 7% en viajes organizados, ya que el incremento del consumo lo compensaría". Escaparate en pág. 6

Vuelven los Salones TurNexo con las novedades para este verano

El martes 6 de abril comienzan los Salones TurNexo Verano, con su primera cita en el Hotel Santo Domingo en Madrid. Tras más de una década reuniendo a los agentes de viajes emisores para darles a conocer las novedades de los proveedores, los Salones vuelven a su cita anual en su edición de verano. Además de la capital madrile-



ña, como en años anteriores, el Salón del Agente recorrerá las ciudades de Barcelona (jueves 8 de abril, Hotel Eurostars Grand Marina), Bilbao (martes 20 de abril, Gran Hotel Domine), Valencia (jueves 22 de abril, Hotel Ayre Astoria Palace), y Sevilla (jueves 29 de abril, Hotel Al-Andalus Palace). Escaparate en págs. 16 a 19

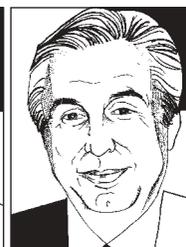
UNAV y AGRUPA celebran un congreso anual conjunto

Las Asociaciones ven una 'puerta a la unificación'

El 15 de abril, Madrid será el escenario del primer congreso anual conjunto de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) y la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA). Como explica el gerente de UNAV, Ramón Buendía, "espero que este congreso sea una puerta a la unificación". Así,



José Luis Prieto



José Luis Ramil

el presidente de AGRUPA, José L. Ramil, destaca que "la unidad asociativa es muy importante y sería muy positivo tener una sola voz, que hable por el

Sector". Entre los temas que se tratarán, destacan la trasposición de la Directiva Bolkestein y la política comercial de los proveedores. Escaparate en pág. 6

El Sector reacciona frente a la política comercial de Spanair

Las agencias continúan demostrando su descontento con la política comercial de Spanair. Tras "romper relaciones" FEAAV, ahora Grupo Europa Viajes planta cara a la aerolínea. En su asamblea general, el presidente del Grupo Europa, José Luis Muñoz, aunque en ningún momento aconseja no vender billetes de Spanair, ha destacado



José Luis Muñoz

que "si intentan hacernos daño, nos defendemos". "Quien haga al Sector competencia desleal no tendrá el apoyo de ventas habitual", prosigue Muñoz, que apunta que la mayoría de asociados "están de acuerdo con nuestra postura, ya que si no tomamos ahora medidas, ¿qué va a ser lo siguiente?". Escaparate en pág. 12

TARIFAS DE ENSUEÑO

by AIRFRANCE

DESDE

99€

IVV

PARÍS

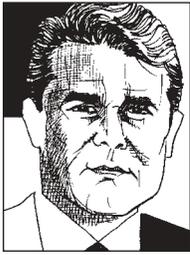
www.afkl.biz/es

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

CLAVES

Gran fábrica de bienestar social

QUIZÁ, EN ALGÚN momento, alguien hará una recopilación definitiva de los cambios que nuestro país ha hecho en los últimos 25 años. No me refiero sólo a los políticos. Me refiero al cambio de nuestra piel productiva y social, a la transformación de nuestro atraso secular en paisaje repleto de innovación. Y ahí, en un rincón lleno de dignidad, estará la evolución del tren, del ferrocarril



☞ ABELARDO CARRILLO

en su conjunto, del AVE en su particular forma de aportar modernidad. Volveremos a ser un país de tren. No de un tren de carbonilla, sino de un tren glorioso, del que sentirnos orgullosos. Los pasos dados son irreversibles: contribuiremos a ordenar un país con un futuro lleno de espléndidas oportunidades, donde viajar no solo será un placer sino una forma de expandir nuestro propio bienestar y el conocimiento de nuestras tierras y nuestras gentes. Esa es, probablemente, la mejor definición de Turismo.

Estos años duros, en los que la presencia de Renfe en la operación del transporte ha crecido de forma exponencial, han servido para confirmar el futuro del tren en el mapa español de movilidad con una propuesta seria en donde tratamos de combinar la eficacia de los tiempos de viaje competitivos, de las frecuencias óptimas y de los servicios a bordo de calidad, con la fiabilidad y el cumplimiento estricto de nuestro compromiso con el cliente, incluida la garantía de la compensación en caso de responsabilidades en los fallos de puntualidad.

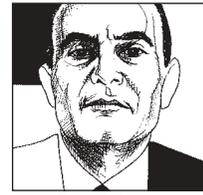
A esta propuesta, todo el sector de la distribución ha respondido con comprensión y cooperación. La sostenibilidad del modelo dependerá de su éxito comercial en el marco de una nueva regulación que debe permitir la apertura de los mercados a nuevos operadores. La experiencia en otros sectores de trayectoria similar hace prever grandes beneficios tanto para los ciudadanos, como para el sector involucrado, acelerando el crecimiento general de la actividad y mejorando la eficiencia del sistema.

Ese será uno de los aspectos que, en mi nueva función como responsable del Plan Estratégico de Renfe, constituirá una directriz básica de trabajo. Desde esta función todo el sector me tendrá disponible para continuar cooperando. Será también la forma de seguir creyendo en las posibilidades de esta gran fábrica de bienestar social que es el Turismo.

☞ **Abelardo Carrillo** es ex director de Renfe AVE-Larga Distancia.

La 'Q' de Calidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) supone un cambio radical en la cultura de implantación de procedimientos que vienen a suponer la más eficaz herramienta para los gestores de puertos deportivos y clubes náuticos', subraya Manzano

TRIBUNA



☞ LUIS MANZANO

La marca 'Q' de Calidad Turística y el sector náutico

DESDE HACE UNA década, los puertos deportivos y los clubes náuticos venían utilizando como instrumento para poner sus instalaciones en valor la implantación de la ISO 9001 de Calidad, a lo que se unió la ISO 14001 de carácter medioambiental. La primera de ellas suponía establecer una serie de procedimientos y protocolos de actuación tanto en la prestación de servicios a los usuarios como en los procesos internos. Por su parte, la segunda contempla la implantación de una serie de protocolos medioambientales en las instalaciones náutico-deportivas. Frente a los detractores de estas normas ISO, entiendo que han cumplido su esencial y fundamental objetivo, que era estimular y concienciar a los concesionarios y sus órganos directivos acerca de la necesidad de destinar recursos económicos a la implantación de estos sistemas de calidad en la gestión portuaria y medioambiental, así como a la concienciación de sus empleados, ya que no es posible la eficaz implantación de estos sistemas sin la activa y decisiva colaboración de quienes finalmente son los que prestan el servicio, es más, no sólo colaboración, sino un radical cambio de cultura: se sustituía el vetusto mensaje de solucionar las deficiencias cuando aparezcan, por el de evitar desde el origen la aparición.

Ahora, la 'Q' de Calidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) supone un cambio radical en esta cultura de implantación de procedimientos que vienen a suponer la más eficaz herramienta para los gestores de puertos deportivos y clubes náuticos. Si las normas ISO 9001 y 14001 tenían carácter generalista y debían ser adaptadas a las instalaciones náutico-deportivas con la imprescindible ayuda de las consultoras, la 'Q' de Calidad se asoma menos formal y más práctica.

Los departamentos financieros de los concesionarios habrán de considerar en sus presupuestos de los próximos dos o tres años, la aplicación de una nada desdeñable cantidad de recursos a la puesta en valor de las instalaciones, especialmente las de más antigua construcción. La aplicación de esta norma supondrá, sin paliativos, la mejora de las instalaciones en todos sus aspectos, con un claro objetivo: la mejora de la percepción y satisfacción de los servicios portuario-deportivos e instala-

ciones por parte del usuario, y un mayor respeto, si cabe, al medio ambiente. La propia especificidad de la norma en relación a los puertos y clubes náuticos está llamada a ser el punto de distinción esencial con las normas ISO 9001 y 14001, pero tam-

bién la causa que suponga que la adaptación de las instalaciones para el eficaz cumplimiento de la norma sea mucho más restrictiva y precise de mayor cantidad de recursos, en relación a aspectos tales como la adaptación de edificios, pasos, muelles,



etc. a cero barreras arquitectónicas, recogida selectiva de residuos en localidades costeras alejadas del centro urbano, cercanía de medios de transporte y servicios sanitarios cuya implantación se escapa a las decisiones de los concesionarios,

etc., lo que habrá de conllevar que la obtención de la 'Q' suponga un verdadero reconocimiento a las instalaciones náutico-deportivas que dispongan de tales valores añadidos. En virtud de lo anterior, puede ocurrir que algunos clubes náuticos de pequeños pueblos que vienen prestando un inestimable servicio a sus habitantes y que han sacado a la mar a tantos niños en sus Escuelas de Vela, lamentablemente, les resultará de todo orden imposible alcanzar este preciado y valioso sistema de gestión de la 'Q' de Calidad.

Los puertos deportivos y clubes náuticos deben plantearse la eventualidad de aprovechar estos momentos de cierta tranquilidad en su actividad, al reducirse la organización de eventos deportivos como conse-

cuencia de la ostensible reducción en el patrocinio comercial, así como una menor utilización de las instalaciones por parte de los usuarios, para emplear sus recursos humanos, y los financieros que estén a su disposición, para la puesta en valor de sus

instalaciones que les permita, en el transcurso del presente bienio, la implantación de la 'Q'.

Después de esta valoración, procede remitirse expresamente a la Introducción de la Norma AEN/CTN 188 SC4-PNE 188004 Servicios Turísticos en Instalaciones Náutico-Deportivas en la que se indica que esas instalaciones no se limiten a ofrecer amarres o superficies comerciales, sino que se conviertan en motores turísticos de la zona. Nos alegra sobremanera que la Norma parta de un rotundo reconocimiento de la importancia que el sector náutico-deportivo supone en todo el espacio europeo en general y en España en particular.

Nos permitimos ahora mostrar algunos datos de interés que arroja el último Estudio Económico realizado por la Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos. España en sus 7880 kilómetros de costa dispone de 126.963 amarres, repartidos en 355 puertos y clubes náuticos, es decir, 411,94 habitantes por amarre (lejos de los 58 y 70 de Dinamarca y Holanda; o los 263 y 363 en Reino Unido y Francia). El litoral mediterráneo alberga el 60,85% de las instalaciones, habiendo descendido más de 5% puntos, en beneficio de la cordillera cantábrica y la costa gallega que está desarro-

llando su sector náutico deportivo como ninguna otra Comunidad.

Seguendo la misma fuente del estudio de la FEAPDT, reproducimos algunos datos estadísticos que reflejan la realidad del impacto económico del sector náutico en 2009: por cada euro de inversión privada directa se han generado 1,5 euros de impacto en negocio directo y 6,84 euros de impacto en negocio indirecto en actividades relacionadas con el sector; cada puesto de trabajo directo han conllevado nueve puestos de trabajo indirectos; cada 100 amarres han generado 4,4 puestos de trabajo directos más 39,60 puestos indirectos; el sector en España genera 5.586 puestos de trabajo directos y 50.277 puestos indirectos; en nuestro país en 2009 el total del negocio del sector a 2.666 millones de euros.

Las perspectivas para 2010 no prevén sorpresas, considerándose que la tendencia marcada de 2008 a 2009 ya ha sido de reducción de precios en la venta o alquiler de atraques. Es cierto que la crisis ha impactado de lleno en el mercado náutico: la caída de la venta de embarcaciones que supera cualquier otra caída del mercado. En todo caso, parece conveniente destacar que ha habido un crecimiento del chárter náutico (especialmente, el de un día) en determinadas zonas del litoral español: acceder a un barco de alquiler no crea obligaciones económicas y el turista ha visto esta actividad como una forma de completar unas vacaciones diferentes con menor gasto y mayor disfrute. A este crecimiento también ha ayudado la inseguridad jurídica creada en actuales y futuros propietarios de embarcaciones como consecuencia de la finalización de las concesiones de varios Clubes Náuticos y Puertos Deportivos. Las dudas sobre el nuevo concesionario y tasas y el coste de la concesión, han paralizado aún más el movimiento del sector náutico, lo que ha provocado que el chárter se haya convertido en una gran opción.

En síntesis, desde el sector cada vez se tiene mayor certeza de que hablar de náutica es hablar de Turismo. Y el recientemente nombrado presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, viene insistiendo en que "sin la ayuda del Sector Turístico, no sólo no saldremos de la crisis, sino que se profundizará".

☞ **Luis Manzano** es director gerente del Puerto Deportivo Tomás Maestre (La Manga-Murcia) y colaborador de la Comisión Turismo Náutico-Real Liga Naval Española.

Alquilar un barco no crea obligaciones económicas y el turista ve la actividad como la forma de completar unas vacaciones

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González

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

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

El rumbo perdido de Spanair

EL SECTOR HA DICHO BASTA. La política comercial de Spanair (aunque ya hay quien duda de que exista) está catalizando el rechazo de los agentes de viajes. Primero fue FEAAV, que el mes pasado rompía relaciones con la compañía aérea, en respuesta a la eliminación de los *fees* en su venta directa *online*, rompiendo así la baraja y "despreciando al Sector". Este mes es el Grupo Europa Viajes el que, harto de las "campañas" del proveedor, advierte de que "si intentan hacernos daño nos defenderemos", en contundentes palabras de su presidente, José Luis Muñoz.

El primer paso ha sido la "ruptura de relaciones" federativa y la recomendación del Grupo Europa a sus agentes para que "tengan en cuenta las campañas de esta aerolínea cuando emitan billetes". No resulta difícil prever que la expresión del malestar del Sector con Spanair irá a más. Algo particularmente doloroso para el Asociacionismo empresarial, que siempre apostó por este proveedor.

La percepción que se extiende entre la intermediación es que Spanair "ha perdido el rumbo". La insólita falta de diálogo de este proveedor, que ignora a las Asociaciones y se niega a hablar con los Grupos comerciales de agencias independientes, es un indicio más que razonable de que la dirección de la compañía se ha instalado en el cortoplacismo, ante el difícil futuro que afronta la empresa. Sólo esta falta de visión, ante una viabilidad empresarial que empieza a estar cuestionada, puede explicar el daño que supone para un proveedor como este, prescindir de una fuerza de ventas sin la que su comercialización está abocada al fracaso.

El Sector sabe muy bien la enorme dificultad que tiene sacar adelante una compañía aérea regional que limita su desarrollo al *hub* del aeropuerto de Barcelona. Basta recordar el final de iniciativas similares y, sobre todo, de la rémora que supone una "gestión política" a la hora de obtener resultados... Y que la durísima situación actual del transporte aéreo es el peor momento para experimentos.

La apuesta por la venta directa sin *fees* es algo peor que pan para hoy y hambre para mañana. Ahorrar costes a costa de la intermediación es un error estratégico mayúsculo, que Spanair no puede (o no debiera) permitirse. Y no se trata de una defensa gremialista del agente de viajes. Es el presente (y sobre todo el futuro) de esta compañía el que está en juego con esta suicida estrategia comercial.

Por muy agobiante que pueda estar resultando afrontar los serios problemas de financiación de la compañía, esta política comercial hipoteca su futuro inmediato.

Recuperar el rumbo en la relación con los agentes de viajes es, por tanto, una necesidad urgente para la propia compañía, que necesita de una fuerza de ventas para asegurar la comercialización de su billeteaje.

Mientras sus competidores se frontan las manos ante este error estratégico, el Sector está pidiéndole a gritos a Spanair que recupere el norte. Y para ello, su dirección ha de recuperar el rumbo, restableciendo las relaciones comerciales con el Sector y las reglas del juego, si no quiere quedarse definitivamente fuera de la partida. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La suicida estrategia comercial de Spanair no sólo cuestiona a su actual fuerza de ventas, sino que hace temer al Sector por la viabilidad futura de un proveedor a quien siempre apoyó

▲ check-in / FUSIONES DE GRUPOS

La alternativa de la integración

La unidad ha pasado de ser una conveniencia, a convertirse en imprescindible. Y no sólo para las empresas del Sector. Las entidades intermedias empiezan a ver en los procesos de fusión asociativa una alternativa de futuro. Las Asociaciones empresariales tienen en la unificación una alternativa para mantener su actual nivel de actividad y de servicios, reduciendo costes estructurales duplicados. También los Grupos comerciales consideran la necesidad de unificación o fusiones. Aunque la clave está en la progresiva integración de agencias agrupadas, incluso como fórmula de supervivencia a corto y medio plazo. Pero, pese a que todo el mundo parezca estar de acuerdo con la música, escribir la letra de la unidad (en forma de procesos de integración de Asociaciones, Grupos y empresas) ya es harina de otro costal.

Al igual que ocurre con las grandes redes y los grupos verticales, también las agencias independientes tienen la posibilidad (por no hablar de necesidad) de aprovechar las economías de escala de un mayor tamaño. Y el mejor ejemplo podrían tenerlo en fusiones entre Grupos comerciales y, ojalá, de Asociaciones empresariales. Pese a las enormes dificultades que comporta, la integración de empresas es una alternativa a considerar ante el proceso de vampirización que (via franquicia, agencia o asociada u otras) están llevando a cabo los grandes entre las agencias independientes.

La unidad asociativa y la integración empresarial debiera ser objeto de atención en congresos y asambleas, ante la difícil coyuntura que vive el Sector.

★ personaje de la semana / José Luis Muñoz

El presidente del Grupo Europa Viajes, uno de los más importantes del emisor español, ha obtenido el respaldo de su asamblea para el ambicioso proyecto de dotar a sus asociados de una *macroweb*, "que les permita trabajar como



una vertical, pero respetando la independencia de las agencias". Aunque sería deseable que todos los Grupos unieran sus fuerzas en idéntica dirección, Muñoz ha identificado un objetivo estratégico esencial para las agencias.

★ la chispa / Quique



▼ check-out / TUR ESPAÑA

Recuperar el Palacio de Madrid

El director del Consejo Asesor de CONEXO, Claudio Meffert, expresa en un artículo de opinión su descontento por el hecho de que el Palacio de Congresos de Madrid siga sin haberse hecho la profunda remodelación que precisa, tras haber transcurrido 15 años desde que se incendiaron parte de sus instalaciones, dejándolo en el 70% de capacidad.

Han transcurrido "15 años desde que el incomparable y magnífico Palacio de Congresos de Madrid se incendió; 15 largos años en los que, a base de parches y pintura (cuando lo hicieron), el palacio trabaja con sólo el 70% de sus posibilidades". "812 plazas del Auditorio B; cuatro Salas Canarias de la primera planta; despachos polivalentes de las plantas 3 y 4 están sin utilizar desde entonces. Vale, no es fácil cerrar un palacio para reconstruirlo totalmente por dentro, modernizándolo. ¿Cuántas actividades se dejarían de hacer y durante cuánto tiempo? ¿Qué hacemos con el sobredimensionado número de empleados que tiene?"...

"¿Este larguísimo retraso se debe sólo a una razón económica? ¿Es lógico que el palacio pertenezca al único ente del Ministerio de Turismo que no tiene jurisdicción en el territorio español? ¿Por qué su gestión es responsabilidad de TurEspaña, cuya labor es la promoción internacional de nuestro turismo?"

"El mentidero dice que el palacio debería ser gestionado por el Gobierno autónomo o el Ayuntamiento. Si ello es inviable, ¿también lo es hacer un concurso y que sea una empresa privada la que asuma su reconstrucción y explotación?", cuestiona Meffert.

La tónica general en 2009 ha sido de pérdida de rentabilidad, lo que ha propiciado una aceleración del cierre de puntos de venta en España / A pesar de que existen varias Asociaciones, en los momentos de dificultad hemos sido capaces de actuar con una sola voz y un solo criterio / La 'guerra de precios' no va resolver ningún problema de fondo

«La guerra de precios ha sido uno de los errores más graves del Sector»

José Manuel Maciñeiras / Presidente de AEDAVE

El presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, analiza para NEXOTUR el presente y futuro de un Sector de agencias de viajes que "se ha visto marcado por la pérdida de rentabilidad lo que ha propiciado una aceleración del cierre de oficinas". Además de hacer un repaso a temas de candente actualidad, como la unidad, la 'guerra de precios' o la relación con las compañías aéreas, Maciñeiras ofrece sus previsiones para 2010. Al respecto, considera que "nos vamos a mover en formatos parecidos a los mantenidos en 2009, al menos durante los seis primeros meses".

P.- ¿Cómo ha terminado 2009 el Sector de agencias de viajes?

R.- Ha sido un año marcado por la crisis económica y financiera mundial que, unido a la situación de cambios estructurales que ya abordaba nuestro Sector y a los cambios de comportamiento en clientes, ha desencadenado una serie de acontecimientos de tipo económico y estructural con consecuencias negativas para las agencias de viajes de todo tipo. La tónica general ha sido de pérdida de rentabilidad lo que ha propiciado una aceleración del cierre de oficinas. Los cierres han afectado a toda clase de agencias; las grandes están adecuando su red a la demanda actual y las pequeñas, lo hacen al no encontrar la rentabilidad esperada.

P.- ¿Las ventas han caído por encima de lo esperado?

R.- En la primera parte del año la caída parecía que sería menor de lo esperado, pero en el último cuatrimestre se ha incrementado el descenso. El saldo final del recorte está cerca de lo previsto, aunque al efecto de la disminución de la facturación hay que añadir el agravante de la bajada de la rentabilidad de las operaciones, fruto de la acción combinada de la disminución de la demanda y de la lucha de precios que han practicado las grandes agencias, lo que ha perjudicado a todos, pero muy especialmente a las pequeñas y medianas agencias de viajes.

P.- ¿Cuántos cierres de puntos de venta calcula que se han producido en el ejercicio 2009?

R.- Se han manejado unas cifras un tanto alarmistas. En algunos estudios se dan como cierres de agencias lo que han sido cese de alguna actividad parcial de las ejercidas por las agencias, pero que no implicaban el cierre de la empresa. Podemos estimar los cierres reales en una cifra próxima al 10% del número de establecimientos y no parece que se haya alcanzado el fin de este doloroso pro-

ceso. Más allá del significado de los fríos números y de las estadísticas debemos tener presente la frustración que representa para cualquier empresario (sea cual sea su importancia) verse obligado a cerrar su negocio, renunciando a su proyecto en el que generalmente además de patrimonio ha invertido sus esperanzas e ilusiones.

P.- ¿Qué retos se marca para 2010?

R.- Que el Gobierno sea capaz de sacar al país de la actual coyuntura económica, conformando un nuevo escenario que permita recuperar la confianza tanto a españoles como a extranjeros, creando un clima favorable para el Turismo en general y para las agencias de viajes en concreto. También, modificar en profundidad las actuales reglas del juego, especialmente las que afectan a las relaciones de las agencias de viajes con sus principales proveedores. Finalmente, favorecer con hechos concretos el acceso a la financiación en condiciones razonables y mejorar la fiscalidad, especialmente el IVA de las agencias de viajes.

P.- ¿Cree que la situación del Sector de agencias mejorará este año? ¿Por qué?

R.- Espero que el año 2010 sea realmente el año de cierre del ajuste, lo que traería consigo una mejora para el Sector de agencias de viajes. Lamentablemente los indicadores no parecen avanzar mejoras, al menos en el primer semestre, por lo que, probablemente, nos vamos a mover en formatos parecidos a los mantenidos en 2009, al menos durante los seis primeros meses.

P.- ¿En qué medida es importante la existencia de una voz unificada en el Sector de agencias?

R.- Siempre ha sido imprescindible. Curiosamente y a pesar de que existen varias Asociaciones (como ocurre en casi todos los sectores empresariales y sociales de nuestro país), en los momentos de dificultad las Organizaciones empresariales de agencias de viajes siempre hemos sido capaces de actuar con una sola voz y un solo criterio, en defensa de nuestros intereses comunes.

P.- ¿Cómo son las relaciones que mantiene con otras Asociaciones?

R.- AEDAVE siempre ha mantenido unas excelentes y respetuosas relaciones con todas las Asociaciones. No existe ninguna razón para que Organizaciones empresariales de un mismo sector mantengan posturas enfrentadas, más allá de aspectos técnicos o profesionales diferentes. Cualquier otra interpretación es incorrecta y sesgada.



P.- ¿Apuesta AEDAVE por la unidad?

R.- Desde el día de su constitución AEDAVE ha defendido la unidad del Sector de agencias de viajes. Si lee-

P.- ¿Qué le pediría a las compañías aéreas para 2010?

R.- Que cambien 180° su rumbo. Creo que están inmersas en un sistema endogámico y que no consiguen encontrar el camino hacia una comercialización racional de sus productos por los canales disponibles. La aparición de las compañías aéreas *low cost* ha originado un trauma no superado para las aerolíneas tradicionales, lo que ha propiciado que se deteriore su relación con las agencias de viajes, empeorando un sistema arcaico, injusto y absurdo desde el punto de vista de las relaciones comerciales.

P.- ¿Y al Gobierno?

R.- Que cumpla sus promesas, que escuche de verdad al Sector antes de actuar y que solucione la situación económica general del país para restablecer la confianza de los mercados de forma que se fortalezca nuestra gran industria nacional, que no es otra que el Turismo.

mos hoy los primeros editoriales y circulares de AEDAVE, veremos que, en este sentido, su discurso y su vocación no han cambiado en absoluto. Es más, cualquiera de estos escritos parece estar recién redactado, a pesar de que fueron publicados hace ahora 30 años.

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

R.- Otra importante asignatura pendiente, a pesar de que en estos últimos meses hemos notado una mejoría importante en la percepción de esta necesidad por parte de los gobiernos de las diferentes Comunidades autónomas. Pero es casi inevitable, se necesita una buena integración de todos los gobiernos.

P.- ¿Qué opinión le merece la guerra de precios iniciada por grandes redes y agencias online? ¿Cómo está afectando al Sector?

R.- Uno de los más graves errores sectoriales jamás cometidos. Sus consecuencias han sido, y son, tremendas para las pequeñas agencias, que son la mayoría, y para las propias agencias que lo practican.

Como es lógico esta guerra ha surgido como consecuencia de la crisis económica y de la necesidad de vender a toda costa, pero no va a resolver ningún problema de fondo. Lo máximo que se puede conseguir es mantener la dinámica, pero con un altísimo coste a corto plazo para los más débiles y a más largo plazo (que no será muy largo), para los teóricamente fuertes.

P.- ¿Cómo ha afectado la Directiva Europea de Servicios al Sector de agencias de viajes?

R.- Tenemos que esperar a su efectiva aplicación. Esta es una medida nueva que tiene aspectos preocupantes. Hay que esperar y seguir trabajando desde las Asociaciones para conseguir que las nuevas medidas resulten justas y adecuadas al fin que se persigue.

P.- ¿Qué le pediría a las compañías aéreas para 2010?

R.- Que cambien 180° su rumbo. Creo que están inmersas en un sistema endogámico y que no consiguen encontrar el camino hacia una comercialización racional de sus productos por los canales disponibles. La aparición de las compañías aéreas *low cost* ha originado un trauma no superado para las aerolíneas tradicionales, lo que ha propiciado que se deteriore su relación con las agencias de viajes, empeorando un sistema arcaico, injusto y absurdo desde el punto de vista de las relaciones comerciales.

P.- ¿Y al Gobierno?

R.- Que cumpla sus promesas, que escuche de verdad al Sector antes de actuar y que solucione la situación económica general del país para restablecer la confianza de los mercados de forma que se fortalezca nuestra gran industria nacional, que no es otra que el Turismo.

La formación del agente debe ser permanente

El agente de viajes es un profesional con unos amplísimos conocimientos. Necesita tener una buena cultura general, conocimientos de geografía, costumbres, técnicas de venta, trato a clientes y experiencia en destinos. Por ello, la necesidad de mantenerse en permanente formación es muy superior a

la que se necesita en otras actividades.

Para ayudar a estos profesionales turísticos, desde AEDAVE mantenemos una gran colaboración con la Fundación para la Formación Continua (Forcem), fomentamos la participación en semina-

rios, cursos y propiciamos la creación de grupos de trabajo para la formación continua del empresario y de los trabajadores, especialmente con avanzados cursos de educación a distancia que permiten ser realizados en cualquier momento y lugar.



◀ JOSÉ M. MACIÑEIRAS ▶

AEDAVE ha sido pionera en la implantación de las nuevas tecnologías creando SADAVE, que se puso en marcha cuando aún Internet era un fenómeno desconocido. Esta herramienta ha ido mejorando hasta convertirse en la *web* más completa en cuanto a legislación en materia de Turismo y de agencias.



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

España recibe un 1% más de turistas en enero

Aunque aún es pronto para hablar de recuperación, España comienza el año con un leve aumento del número de turistas. En concreto, el destino ha recibido un 1,1% más de visitantes en el mes de enero. **Pag. 22**

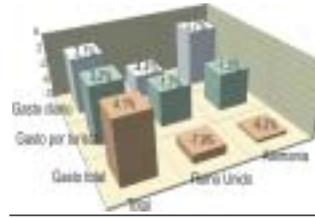
Evolución destinos nacionales



El gasto turístico crece un 4% respecto a 2009

En enero, el gasto total de los visitantes internacionales crece un 4,1%, situándose en el 2.397 millones de euros. Cataluña, Andalucía y la Comunidad de Madrid muestran evoluciones favorables.

Variación del gasto turístico



El tráfico de pasajeros aéreos aumenta un 6%

En línea con la tendencia alcista de los últimos meses, el tráfico aéreo internacional de pasajeros registra en enero un incremento del 6,4%, según datos de IATA. El factor de ocupación alcanza el 75,9%. **Pag. 11**

■ Prontuario

Museos y turoperadores (y II)

GUINNESS STOREHOUSE recibe visitantes de todo el mundo. Cuidar a nuestros visitantes y ofrecer un excelente servicio es primordial en un negocio como el nuestro y somos especialmente conscientes de las necesidades y requisitos de los grupos, por lo que turoperadores, organizadores de grupos, agencias de viajes y escuelas de idiomas son grandes aliados nuestros.

Es por ello que intentamos tener

una atención especial con nuestros *partners* de empresas turísticas y les ofrecemos beneficios como aparcamiento gratuito de autobuses, prioridad y rapidez en las admisiones de grupos, oficina y



☞ FIONA HERALD

mostrador especial para ellos, sección de grupos en la web, tarifas especiales para grupos, política de pago a través de bonos, por cada 15 visitantes se ofrece una entrada gratis y a los guías y 20 euros de regalo para los conductores en la tienda por cada 6 grupos que lleven al museo. Escuchamos a los expertos en viajes y adaptamos nuestra oferta constantemente basándonos en su feedback.

Hace unos años lanzamos la iniciativa de ofrecer auriculares a los grupos guiados. De esta manera, nuestros guías pueden ofrecer cómodamente un tour del museo para grupos incluso en las zonas donde hay mucho ruido o mucha gente. Guinness Storehouse también destaca en el desarrollo de nuevas ideas. Por ejemplo, los grupos pueden aprender uno a uno cómo tirar la pinta perfecta. El conocimiento del producto es clave en esta industria y Guinness Storehouse trabaja estrechamente con los *partners* turísticos de todo el mundo para asegurar que los profesionales clave estén al día sobre las novedades en la Storehouse; por eso cada año recibimos a cientos de agentes en visita de familiarización.

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

El Sector pide al Gobierno que 'rectifique en su decisión de subir el IVA' o retrase su aplicación

El incremento del tipo impositivo, previsto para el mes de julio, 'repercutirá negativamente en el consumo'

La subida del IVA, punto de fricción entre el Gobierno central y los demás grupos parlamentarios, también ha sido objeto de crítica por parte

del Sector. Las agencias, que venían reclamando una rebaja del tipo impositivo del 16% al 7%, piden al Ejecutivo que "rectifique" o al menos que

"retrase su aplicación". A su juicio, esta subida "provocará una caída del consumo, ya que se encarecerán los productos turísticos".

Las agencias de viajes, que atraviesan una situación ya de por sí "complicada", encontrarán desde el 1 de julio un nuevo escollo en su camino. En plena temporada de recaudación para las agencias de viajes el Gobierno hará efectiva la subida del IVA —16% al 18% en el tipo general, y del 7% al 8% en el reducido—. Esta medida, criticada por los demás grupos parlamentarios, también ha sido rechazada con rotundidad por el Sector de agencias.

"Llevamos desde antes de que se hablara de este aumento del IVA reclamando una bajada del 16% al 7%", apunta el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, criticando que "la clasificación que tenemos en la actualidad no es la correcta". Maciñeiras asegura que "esta decisión provocará una caída del consumo", ya que a la coyuntu-

ra adversa se añadirá "el encarecimiento de los productos turísticos".

El presidente de FEA AV, Rafael Gallego, advierte de las consecuencias negativas que podría implicar su aplicación en una época "en la que estaremos en plena temporada alta". En este sentido, el gerente de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), Ramón Buendía, recuerda que entre julio y finales de año "se efectúan el 70% de las ventas".

Un año ya de por sí negativo

"Al Ejecutivo le pediríamos que rebaje el tipo impositivo al 7% para los viajes organizados, ya que el incremento del consumo que conllevaría compensaría esta reducción", apunta Gallego. Por su parte, Buendía considera que debe rectificarse, o al menos retrasar la aplicación de esta



Las agencias esperan que esta decisión conlleve una caída en el consumo.

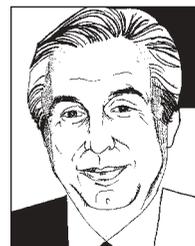
subida". "Está siendo un año ya de por sí negativo, por lo que debería ver cómo evoluciona la coyuntura para tomar esta decisión", añade. Maciñeiras opina que "todo lo que no sea difundir confianza es nega-

tivo para el Sector". Por ello reclama al Gobierno "que sea más sensible y que escuche realmente lo que dicen los expertos". "España necesita una reforma más profunda para salir de la crisis", sentencia.

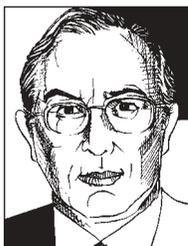
UNAV y AGRUPA celebrarán un congreso conjunto como una 'puerta a la unificación'

La Bolkestein y el futuro de las agencias de viajes serán los ejes del evento, que tendrá lugar en Madrid

Madrid acoge el congreso anual de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) y de Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA). Este evento, que "se



José Luis Ramil



Ramón Buendía

plantea por primera vez de esta forma, buscando tener un gran éxito de asistencia", abordará temas de candente actualidad para el Sector.

Según apunta el presidente de AGRUPA, José Luis Ramil, "se tratarán las políticas comerciales relacionadas con el canal de distribución de las agencias, analizando es-

pecialmente el momento actual". Asimismo, otros de los ejes centrales del congreso, que tendrá lugar el 15 de abril en Madrid, serán "la transposición de la Bolkestein, la percepción de los consumidores y la competencia de las empresas europeas que entran en nuestro mercado", apunta Ramil.

Por su parte, el gerente de UNAV, Ramón Buendía, explica que también se analizará el futuro de las agencias de viajes. Al respecto, hace hincapié en la necesidad de "profe-

sionalizarse". "En tiempos de bonanza se han creado muchas agencias de viajes que carecen de conocimientos y formación", avisa. Por ello, Buendía recuerda que "el arma de la agencia tradicional debe ser la garantía y la profesionalidad".

Además, el gerente de UNAV espera que "este congreso sea una puerta a la unificación". Al respecto, Ramil también resalta que "la unidad asociativa es muy importante y sería muy positivo tener una sola voz que hable por el Sector".

Unión y fortaleza asociativa

Tras el acto de apertura del congreso, encabezado por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida,

se celebrarán las sesiones de trabajo. En la primera mesa, formada por transportistas y GDS's, directivos de Amadeus, Iberia, Renfe y Travelport abordarán la adaptación de las agencias a los nuevos tiempos. A continuación tendrá lugar la mesa formada por grupos turísticos y turoperadores, en la que se debatirá sobre los sistemas de comercialización.

Posteriormente, el director general de Turismo de Madrid, Antonio Nieto, analizará los efectos de la aplicación de la Directiva Bolkestein en el Sector. El congreso concluirá con las ponencias de los representantes de UNAV y AGRUPA, que junto al presidente de FEA AV, Rafael Gallego, hablarán sobre la importancia de la unión y la fortaleza asociativa.

El TSJM exige de pagar a Fomento a Air Madrid

El Ministerio de Fomento estudia la posibilidad de recurrir la sentencia que exige a Air Madrid de abonar los 6,8 millones de euros que la Administración se gastó en el traslado de los pasajeros afectados por su cierre. El Tribunal Superior de Justicia de Madrid (TSJM) exige a la aerolínea porque Fomento "no ha acreditado que el gasto reclamado se haya efectuado para el traslado de los pasajeros".

UCAVE anima a adoptar estrategias basadas en la Red

El Seminario Tecnológico 2010 de se ha centrado en la venta *online*, la creación de comunidades y la participación en redes sociales para optimizar negocios. La Asociación ha animado a sus asociados a adoptar estrategias *online* e implementar herramientas tecnológicas. Su presidente, Rafael Serra, subraya que la jornada responde a una demanda de muchos de sus asociados.

Port Aventura recibe un 8% menos de visitantes

Pese a recibir 3,3 millones de visitantes, un 8% menos que en 2008, Port Aventura ha obtenido un beneficio de 4,5 millones de euros en 2009. Estos resultados son de Port Aventura Entertainment, una de las sociedades creadas tras la escisión de Port Aventura en dos entidades. Este beneficio contabiliza sólo a partir del 1 de julio, fecha en la que se hizo efectiva la reestructuración societaria.

Canarias cree que se va a dar una mejoría en 2010

La consejera de Turismo de Canarias, Rita Martín, admite que el aumento del 1,6% del número de turistas extranjeros en enero significa que "va a haber una mejoría y recuperación en 2010". Pero puntualiza que "no será tan rápido" como el Ejecutivo "quería". Martín resalta que se están consolidando los mercados emisores donde se desarrolla la campaña promocional 'Comparte nuestra fortuna'.

Joana Barceló se marca como reto la reconversión turística de Baleares para 'aumentar la competitividad del destino'

La consejera de Turismo de Baleares espera que 'la recuperación de mercados como el alemán ayude al destino'

Baleares, segundo destino español por número de visitantes extranjeros, apuesta por la "reconversión turística". Tras un 2009 con balance negativo, en el que la llegada de visitantes se contrajo cerca de un 10%, el Gobierno balear ha comenzado 2010 con cambios en la Consejería de Turismo. Joana Barceló tomaba posesión del cargo al frente de dicho departamento, sustituyendo a Miquel Ferrer.

Un mes después de su nombramiento, Barceló analiza para NEXOTUR sus retos como consejera de Turismo, así como la situación actual del destino Baleares. Entre sus objetivos, resalta la necesidad de "fortalecer el consenso con Organizaciones empresariales y sindicatos, no sólo porque el Gobierno esté en minoría, sino porque creo profundamente que el Turismo es materia de Estado". Asimismo,

en las campañas de promoción en el extranjero, aboga por "dar un mensaje de tranquilidad, seguridad y continuidad" a los turistas. Finalmente, Barceló asegura que "debemos ser capaces de poner los mecanismos para la reconversión turística en las islas".

Respecto a las previsiones para 2010, aunque evita "entrar en batallas numéricas", Barceló espera que la recuperación de mercados como el alemán o el francés "ayuden al destino".

En cuanto al británico, que muestra el peor comportamiento, la consejera indica que la Asociación de Agencias de Viajes Británicas (ABTA) le ha confirmado "la ligera mejoría experimentada por el destino".

Si bien asegura no estar trabajando únicamente para superar las cifras de visitantes, "sino para implantar un modelo de Turismo". "Es fun-

damental hacer frente a los problemas estructurales que tenemos", asegura la consejera, que apuesta por reforzar la oferta turística y mejorar las comunicaciones, garantizando una buena movilidad a nuestros ciudadanos, así como la entrada de turistas. "La competitividad del destino depende de su reconversión turística, por lo que es muy importante trabajar en este sentido", concluye.

El Gobierno propone ampliar el programa Turismo Senior y ampliar el Plan FutureE

El Ejecutivo quiere reducir las 'elevada' estacionalidad entre otras cosas

Desestacionalización e innovación. Estos parecen ser, a grandes rasgos, los principales retos del Gobierno central para impulsar el Turismo español. Para lo-

garlo, propone ampliar el programa de Turismo Senior, que ha registrado 50.000 reservas, y dotar con 500 millones de euros la línea ICO del Plan FutureE.

El Gobierno quiere reducir la "elevada estacionalidad" de las actividades relacionadas con el Turismo, un Sector todavía "muy vinculado" al 'sol y playa', e impulsar ofertas turísticas innovadoras y de alto valor añadido. Para alcanzar este objetivo propone ampliar el programa Turismo Senior y dotar con 100 millones de euros más al Plan FutureE, que este año cuenta con 400 millones. Estas dos medidas forman parte de las iniciativas incluidas por el Ejecutivo en el epígrafe de

Turismo del documento presentado para lograr un acuerdo político de recuperación económica.

Asimismo, el Gobierno planteará con las Comunidades autónomas un plan de incentivos a la desestacionalización dirigido a las empresas que se comprometan a ampliar su actividad más de los seis meses durante 2010 y 2011. Promoverá, además, la colaboración del sector privado en la promoción exterior del Turismo mediante un acuerdo de las administraciones.

El Ejecutivo destaca la posición del Turismo como una de las principales actividades productivas de la economía española, con un 10,5% del PIB y con cerca de 1,5 millones de empleos, aunque recuerda que su actividad se concentra fundamentalmente entre los meses de junio y septiembre, con cerca del 45% del total de turistas recibidos. Por ello, considera "fundamental" reducir esta estacionalidad poniendo en valor su oferta cultural, congresual y gastronómica.

El superavit por Turismo y viajes desciende un 6% en 2009

Drástica caída del emisor y el receptor. La crisis económica, con el consecuente descenso del consumo, se ve reflejada tanto en los ingresos derivados del Turismo en 2009, que descienden un 9%, como en los pagos, que experimentan una retracción del 14% respecto al ejercicio anterior.

El Turismo y viajes registra un superávit de 26.207 millones de euros en 2009, lo que supone un descenso del 6% en comparación con los 28.066 millones contabilizados en el ejercicio anterior. Según los datos facilitados por el Banco de España, tanto los ingresos como los pagos por Turismo experimentan importantes recortes.

En concreto, los ingresos por Turismo bajan un 9%, situándose

en 38.104 millones de euros, por los 41.900 millones del año anterior. En cuanto a los pagos, la caída es aún más pronunciada, registrando una variación negativa del 14%. En 2009, los pagos efectuados por los españoles rondan los 11.897 millones de euros, frente a los 13.834 millones contabilizados en 2008.

En cuanto a diciembre, el Turismo y viajes registra un saldo positivo de 1.181 millones de euros, cifra ligeramente superior a la de 2008. Los ingresos derivados del Turismo experimentan una contracción del 3%, pasando de 2.101 millones de euros a 2.036 millones. Por su parte, los pagos presentan una variación negativa del 7,3%, situándose en 855 millones de euros.

La alternativa.

Las 7 ventajas de airberlin con su hub en Palma de Mallorca.

- **Rápido y cómodo.** Todas las puertas de embarque en la misma terminal.
- **Confianza.** Nuestro personal de tierra le indica su próximo vuelo de conexión.
- **Máxima puntualidad.** El vuelo de conexión preparado para llegar al destino a la hora exacta.
- **Vuelos gratuitos con topbonus.** Con dos trayectos, el doble de millas.
- **Equipaje en el destino.** Traslado efectivo de equipaje entre aviones.
- **73 ciudades en 22 países** conectadas con el hub.
- **Servicio a bordo.** Tentempié, bebidas y prensa gratuitos.

Si desea más información contáctenos en agencias@airberlin.com o en el 971 44 86 86



airberlin

Your Airline.

Club de Vacaciones dejará de operar en unos meses

Club de Vacaciones, turoperador propiedad del Grupo Spanair, cesará su actividad antes del verano. Según aseguran fuentes de la empresa a NEXOTUR, la mayorista "ha registrado pérdidas en los últimos años". Los resultados del último ejercicio, en el que facturó seis millones de euros, con unas pérdidas de tres millones, parecen haber sido el desencadenante de esta decisión.

NCL mejora su Ebitda, aunque caen sus ingresos

NCL ha mejorado el comportamiento del EBITDA en el último trimestre de 2009 alcanzando los 27,4 millones de euros, frente a 4,8 millones. Igualmente, este beneficio ha aumentado un 42% de un año a otro. La mejora del EBITDA se logró a pesar del descenso del 8,3% de los ingresos netos en el trimestre, pasando de los 242,3 millones de euros en 2008 a los 222,3 millones de euros en 2009.

Baleares estima recibir alrededor de 800 cruceros

La Autoridad Portuaria de Baleares prevé 778 escalas de cruceros turísticos y el tránsito de 1.475.000 cruceristas por las instalaciones de los puertos de Palma, Mahón y Ibiza en el 2010. De confirmarse estas previsiones, sería la mejor temporada de la historia para los puertos de Baleares. En concreto, en Palma se esperan 559 escalas, en Mahón 118 y en Ibiza 101.

El Senado quiere impulsar el 'cielo único europeo'

El Senado ha aprobado una enmienda en la que se insta al Gobierno a impulsar el 'cielo único europeo'. De este modo, se pretende que, coincidiendo con la presidencia española de la Unión Europea, se aplique la segunda fase del paquete legislativo de este acuerdo. Según la enmienda, el pleno reclama que se impulse un conjunto de medidas orientadas a asegurar el acuerdo.

Chile recupera paulatinamente la normalidad tras el terremoto, con la reanudación parcial de los vuelos

El gerente de Turismo afirma que 'Chile quiere seguir dando la bienvenida a los viajeros que llegan'

Chile intenta volver a la normalidad. Tras el terremoto de 8,8 grados Richter, el aeropuerto de Santiago de Chile comienza a recibir los prime-

ros pasajeros. De sus principales destinos turísticos, Santiago y las regiones centrales, así como Concepción, son los que más se han visto afecta-

dos. Patagonia, Isla de Pascua y el norte del país se mantienen intactas. Se prevé un impacto negativo en la llegada de turistas internacionales.

En medio de los devastadores efectos del terremoto de 8,8 grados Richter, que hasta el momento ha dejado 795 muertos y más de dos millones de desaparecidos, Chile vuelve lentamente a la normalidad. Tras el cierre del aeropuerto de Santiago de Chile, que sufrió daños estructurales, las compañías aéreas, como es el caso de Iberia, reanudan paulatinamente sus operaciones. Si bien parece que habrá que esperar hasta mañana para que se restablezca de forma definitiva el tráfico de pasajeros.

Entre los diferentes destinos turísticos del país, solamente Santiago, las regiones centrales y los lagos y volcanes cercanos a la ciudad de Concepción y del río Bio-Bio han sido afectadas. En concreto, en el aeropuerto de Santiago, que se vio obligado a cerrar al sufrir daños estruc-

turales, se ha ido recuperando paulatinamente el tráfico de pasajeros. Los enclaves turísticos cercanos a Concepción parecen ser, según confirman desde Turismo de Chile, los principales damnificados por el terremoto.

Isla de Pascua está intacta

Si bien Turismo de Chile asegura que las infraestructuras turísticas de otros destinos habituales para los viajeros, como es el caso de Patagonia, Isla de Pascua y el norte del país, se mantienen intactas. Por ello, el gerente general de esta entidad, Pablo Moll, asegura que el país "quiere seguir dando la bienvenida a todos los viajeros que llegan a esta remota tierra y haremos todo lo posible para que su estancia sea lo más agradable y segura posible". "Chile es un país que ha sabido

salir adelante y otra vez, enfrentándose a las adversidades que la naturaleza le ha puesto en su camino".

Además de las numerosas víctimas y los daños materiales, la Secretaría Nacional de Turismo de Chile (Sernatur) prevé que el terremoto tenga un impacto negativo en la llegada de turistas internacionales. Cabe recordar que el destino, según los últimos datos recabados, ha experimentado en los dos primeros meses del año una contracción del 2,3% en la entrada de visitantes, recibiendo un total de 725.000 turistas.

Tras esta catástrofe humanitaria, empresas como Nobeltours & Indoriente intentarán contribuir a la recuperación económica del país. La mayorista especializada en grandes viajes tiene previsto ampliar y fomentar el destino Chile entre sus



Santiago de Chile.

clientes. Así lo asegura su director Comercial, Carlos González, que considera que "la mejor forma de ayudar a su economía es intentar impulsar la llegada de turistas procedentes de España".

Figuerola: 'Hay que innovar en el producto nacional'

El último debate-coloquio organizado por el departamento de Turismo de la Universidad Antonio de Nebrija ha arrojado entre otras conclusiones que "se debe innovar en el producto turístico nacional y hacer realidad la calidad", explica el director del departamento, Manuel Figuerola. El encuentro 'Nuevas ideas para el desarrollo turístico' ha propiciado el debate en torno a temas como la crisis, las políticas gubernamentales en materia de Turismo, la situación del sector aéreo y la formación en el Sector.

"Sí que hay una crisis estructural del Turismo al margen de la coyuntura económica", afirma el director del departamento. Asimismo, Figuerola subraya que las actuales políticas turísticas del Gobierno son "frágiles" y que no existe una estrategia "firme" de inversión.



El presidente de Costa Crociere, Gianni Onorato, ha asistido a la ceremonia.

Costa Crociere reconoce a NEXOTUR su información sobre cruceros en España

Costa Crociere ha concedido un premio a NEXOTUR, reconociendo así su información sobre el sector de los cruceros en España. El grupo turístico italiano ha entregado el galardón al Grupo NEXO durante la XVII edición de Protagonistas del Mar, acto celebrado a bordo del Costa Deliziosa.

La ceremonia ha estado dedicada a los agentes de viajes socios

del grupo y a unos 1.800 profesionales del comercio de Europa, Asia, América, África y Oceanía. Al acto de entrega de premios, en el que también han sido galardonados los mejores agentes de viajes, han asistido altos directivos del grupo, como el presidente de Costa Crociere, Gianni Onorato, y el consejero delegado de Costa Crociere, Pier Luigi Foschi.

La nueva promoción de España persigue poder 'fortalecer el liderazgo del destino'

El Sector Turístico se muestra satisfecho con la nueva imagen del destino

Mostrar la "enorme diversidad existente y fortalecer el liderazgo español en el Turismo vacacional". Estos son, según el secretario de Estado de Turismo los

principales objetivos de la nueva campaña de promoción de España, que se proyectará en más de 40 países y llegará a 400 millones de personas.

El Gobierno ha presentado la nueva campaña de promoción internacional de España que, bajo el eslogan 'I need Spain', se proyectará en más de 40 países y llegará a un público objetivo de 400 millones de personas. Con un coste de 7,5 millones de euros, se persigue "consolidar y fortalecer" el liderazgo español en el Turismo vacacional y mostrar "la enorme diversidad de la oferta existente, reflejando el estilo de vida español y aquellas sensaciones que el turista se llevará en la maleta a su regreso", explica el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.

Por ello, además de promocionar el Turismo de 'sol y playa, también se muestra la hospitalidad y la forma de



Joan Mesquida

vida de los españoles, "dos de los factores que más valoran nuestros turistas, seguidos de la gastronomía y el alojamiento". La campaña se desarrollará en televisión e Internet, intentando llegar así a todo el mundo, "especialmente a aquellas donde la imagen de España es más difusa, como

China, India, Oriente Medio, Iberoamérica y Estados Unidos", apunta.

El Sector Turístico ha acogido con satisfacción la nueva campaña de promoción internacional, tildándola de "acertada", ya que recoge las demandas de los empresarios y refleja bajo una sola marca todos los destinos nacionales. El presidente de FEEAV, Rafael Gallego, destaca que "permitirá acercar a los turistas que

visitan el país al estilo de vida de la sociedad española, algo que se había perdido con los años". A su juicio, el mensaje que se transmite "es que no estarán en una burbuja sin relacionarse con la sociedad española como ocurre en otros mercados".

Por su parte, el secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos (CEHAT), Ramón Estalella, destaca el esfuerzo realizado por el Ejecutivo para lograr más fondos para el Turismo, máxime en un momento de dificultad económica como el actual. Califica de "acertada" la nueva imagen y considera que con ella se envía un mensaje de "sensación de calidad, de paz y de lujo accesible", en línea con la primera posición que ocupa España como destino con la mejor relación calidad-precio, lo que propiciará la llegada de turistas.

España apoyará la 'hoja de ruta' para la reactivación del Turismo y promoverá su adopción por parte de la Unión Europea

Durante la reunión de Ministros de Turismo T20, España se ha comprometido a apoyar la 'Hoja de Ruta' desarrollada por el Comité de Reactivación del Turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Asimismo, promoverá su adopción por parte de la Unión Europea, según ha explicado el director general de TurEspana, Antonio Bernabé, que ha subrayado "el compromiso del Gobierno español

de impulsar las iniciativas del grupo T20" en el ámbito de la Unión Europea (UE), aprovechando el semestre español de presidencia.

Durante su intervención, el responsable de Turismo ha destacado tres variables claves para la recuperación turística, que se están aplicando en España. Estas son, la mejora en el conocimiento del funcionamiento de los mercados, la implantación de nuevas

estrategias de *marketing* y el refuerzo de la cooperación entre los agentes públicos y privados del Sector.

Durante las jornadas de trabajo se abordaron diferentes materias en cuatro sesiones temáticas: 'Estímulos para la economía global', 'Desarrollo de la capacidad de recuperación en el sector turístico', 'Turismo y transición hacia una economía verde' y 'Posicionando el Turismo en la agenda global'.

El comunicado final de la reunión ha incluido, a través de seis recomendaciones, un llamamiento a la comunidad internacional para implicarse en el desarrollo de un Turismo sostenible como motor de riqueza, desarrollo y empleo. Asimismo, se ha acordado celebrar la segunda Reunión de Ministros de Turismo T20 antes de noviembre de 2010 en Corea. Su objetivo será "analizar los progresos en el

intercambio del conocimiento y buenas prácticas de los países integrantes de este foro". La reunión T20 es una iniciativa de Sudáfrica para conseguir que el Turismo figure en las conclusiones de la cumbre del G20 de Canadá del próximo junio. Igualmente, pretende construir una base política para los ministros de Turismo en el contexto del G20 y establecer el foro T20 como un marco de diálogo continuo.

Spanair prevé perder 30 millones de euros este año

Spanair prevé unas pérdidas de 120 millones de euros en 2009 y de 30 millones en 2010, según el presidente de la compañía aérea, Ferran Soriano. Asimismo, confía en obtener un beneficio operativo de entre cinco y 10 millones de euros en 2011 y de unos 30 millones de euros en 2012. Esto se debe a los recientes acuerdos para asegurar la ampliación de capital con nuevos inversores y la suscripción de un crédito sindicado con la banca con garantías del Institut Català de Finances. De esta manera, se da por finalizada la primera fase de la nueva Spanair, ha asegurado Soriano.

En el plazo de un mes, los trabajadores se harán accionistas de Spanair, tal y como pactaron empresa y empleados. Además, se abrirá un proceso para que los miembros de la aerolínea puedan comprar acciones, algo que Soriano ha asegurado que hará, subrayando que su compromiso y el de su equipo es "incondicional" y que, personalmente, seguirá hasta que el proceso esté completo, en tres años.

El capital actual de Spanair, de 100 millones de euros, lo aportan Catalana d'Iniciatives, Turismo de Barcelona, Volcat y Fira de Barcelona, con 80 millones, y la escandinava SAS, con 20 millones. La segunda etapa de la compañía aérea se centra en una necesidad de otros 100 millones, de los que la mitad procederían de nuevos inversores y el resto del acuerdo de financiación con bancos y cajas.

En la actualidad, tienen identificados inversores que cubrirán 30 millones de euros, entre los que figuran nuevos empresarios, como los propietarios de Mediapro, y socios antiguos, como la Fira de Barcelona. El ICF garantiza que, si no se alcanzan los 50 millones que hacen falta, inyectará los recursos necesarios, por eso Soriano ha insistido en que "no es un crédito, ni una subvención, ni una inversión", sino una garantía. La deuda de Spanair, de 149 millones, está cubierta con 129 millones ya aportados por SAS y con 20 millones acordados en la compraventa y que se colocan ahora. Spanair ha cerrado un crédito sindicado con la banca a tres años que ascenderá hasta los 50 millones de euros, de los que 42 los aportarán las entidades y ocho se vehicularán a través del Instituto de Crédito Oficial.



Divertirse
 Descansar

ClubHotels Riu

¿Por qué escoger si puede tenerlo todo? Ésta es la ventaja de pasar las vacaciones en un ClubHotel Riu, porque combina toda la animación de un club, con el servicio y el confort de un hotel pensado para descansar. Así, mientras unos se divierten en el swim-up bar, en la discoteca, haciendo deporte, o en la piscina infantil, otros disfrutan de una exquisita gastronomía, de un relajante baño o, simplemente, de un merecido descanso.

www.riuagents.com

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

RIU
Hotels & Resorts

Déjese mimar

Easyviajar cierra 2009 con un crecimiento del 15%

Easyviajar, versión española de Easyvoyage, ha experimentado un crecimiento del 15% del volumen de negocio en 2009. El 'portal' de intermediación redirige en el mercado español más de 400.000 clics cada mes, según la empresa. Por su parte, Easyvoyage, ha generado un volumen de negocio de 450 millones de euros y prevé obtener en el ejercicio 2010 un incremento de la facturación del 25%.

Air France aprecia 'signos tímidos de recuperación'

Air France-KLM mantendrá prácticamente sin cambios su programación para la temporada de verano. El grupo franco-holandés toma esta decisión tras detectar "signos tímidos de recuperación" de la demanda del tráfico aéreo, después de un año 2009 "extremadamente complicado". De este modo, en términos generales Air France-KLM reducirá un 0,3% su oferta para el próximo verano.

La Asociación de Melilla se reúne con Trasmediterránea

La Asociación de agencias de Melilla se reúne el 18 de marzo con Trasmediterránea para trasladar a la naviera sus demandas. Durante el encuentro, al que también acudirá el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, el presidente de la Asociación, Ildefonso Menéndez reclamará, entre otras cuestiones, que las agencias puedan nuevamente vender billetes de la naviera a los militares y familias numerosas.

El ESTA será obligatorio para poder viajar a EE UU

Desde el 20 de marzo será obligatorio obtener la Autorización Electrónica de Viaje (ESTA) para viajar a EE UU. A instancias del Departamento de Seguridad Nacional del país, los ciudadanos procedentes de países exentos de visados tendrán que solicitar dicha autorización, cuya presentación hasta dicha fecha es voluntaria. El trámite debe realizarse con 72 horas de antelación al viaje.

Oliván: 'Es cuestión de supervivencia la unión de las agencias independientes'

Las aerolíneas 'podrían aprovechar la bajada de las tasas para subir las tarifas'

La unión para hacer frente a las verticales y la formación para captar clientes. Estas son, a grandes rasgos, las estrategias por las que aboga el presidente de

Airmet tras un año marcado por el cierre de agencias. Si bien en las palabras de Oliván se atisba un halo de optimismo, asegurando que "lo peor ya ha pasado".

El Grupo Airmet, líder en puntos de venta con 1.638 sucursales en España y Portugal y con una facturación neta de 820 millones de euros en 2009, mantiene un cierto "optimismo" de cara a 2010. Así lo apunta su presidente, Juan José Oliván, que afirma a NEXOTUR que prevén cerrar



Juan José Oliván

2010 con "1.500 puntos de venta, superando los 900 millones de euros de facturación". "Creo que lo peor ya ha pasado y que poco a poco se irán frenando los cierres de agencias, y que los que hayan aguantado se verán favorecidos por la disminución de la competencia", explica, que apunta que "todas las crisis se remontan, y ésta no será una excepción".

Para hacer frente a la coyuntura actual, así como a las políticas comerciales de algunas verticales, Oliván

considera esencial la unidad. "El mejor método para la supervivencia es la unión sobre la base de intereses y problemas comunes", asegura, añadiendo que "hoy en día es vital para aprovechar las sinergias y poder acceder a servicios y herramientas tecnológicas que requieren una gran inversión". En esta línea, destaca como principales ventajas de formar parte de Airmet "la máxima rentabilidad de los productos de las mayoristas, el asesoramiento y la imagen de la marca".

Preguntado por la bajada de la tasa de navegación anunciada por el Ministerio de Fomento, considera que "seguramente las aerolíneas la aprovechen para subir el precio de los billetes, por lo que no creo que esta medida tenga un gran impacto en el consumidor". En cuanto a otro tema de

actualidad, como es la 'guerra de precios', critica que esta forma de actuar "ha dejado fuera de mercado a muchas independientes". Además, señala que "hemos llegado al todo vale para captar clientes, creando un monstruo difícil de parar, que está llevando a la confusión y a la creencia de que las agencias cuentan con unos márgenes altísimos sobre sus ventas". "La competencia es buena, pero debe ser ética y justa", sentencia.

Ante estas estrategias, Oliván recomienda a las independientes que "cuiden al cliente para salir antes de la crisis". Para ello, considera importante mejorar la formación de los agentes. "Existen muy buenos profesionales, pero en nivel de formación de una gran mayoría de agentes es manifiestamente mejorable, pues debido al boom de apertura de puntos de venta accedieron al Sector muchos trabajadores sin la formación adecuada".

Las agencias concentran el 32% de las ventas de Renfe

"Este año hemos observado un ligero crecimiento en las ventas, mientras que el número de pasajeros transportados se ha mantenido estable". Tras estos resultados, teniendo en cuenta la tendencia general del mercado, el director Comercial de Alta Velocidad-Larga Distancia de Renfe, Víctor Bañares, espera "una leve mejora de cara a 2010". "Las expectativas son de un incremento de las ventas de entre un 2% y un 4%", asegura a NEXOTUR.



Víctor Bañares

Entre los diferentes canales de comercialización, pese al buen ritmo de la venta directa a través de su web, Bañares confirma que "la agencia es nuestro primer medio de distribución, concentrando el 32% de nuestras ventas en 2009". Si bien el director Comercial de AVE reconoce que la facturación a través de estos intermediarios "han caído un 2,7%".

El siguiente canal de distribución es el de estaciones, "que tiene un peso importante, con un porcentaje del 30%", apunta Bañares. Sin em-

bargo, prosigue, "donde sí hemos crecido de manera notable ha sido en Internet, llegando a suponer el 24% de nuestra facturación" en el cómputo global de 2009.

Preguntado por la relación con las agencias, Bañares asegura que es "satisfactoria". "De he-

cho, en las conversaciones que tenemos, éstas nos hablan de Renfe como un producto rentable", afirma. Con el objetivo de estrechar sus lazos con este canal de distribución, Renfe lanzó el producto Escapadas, "que ha sido muy bien acogido".

"Su gran relación calidad precio ha provocado que las agencias consideren que se trata de un producto prometedor", explica. Asimismo, indica que "próximamente lanzaremos la segunda fase del programa Renfe Empresas, especialmente dirigido a pymes y autónomos, que será otra herramienta más para que las agencias logren transmitir al cliente que son ese gestor integral de viajes para la pequeña y mediana empresa".

España es el principal mercado europeo para Buenos Aires

En 2009, Buenos Aires ha recibido más de cinco millones de turistas. Aunque, al igual que la mayoría de destinos, la ciudad se ha visto afectada por la crisis económica, con bajadas de hasta el 30% en los meses de julio y agosto, su ministro de Cultura y Turismo, Hernán Lombardi, asegura a NEXOTUR que "la tendencia se ha ido corrigiendo".

Entre los diferentes mercados emisores, destaca España como principal potencia europea. Según apunta Lombardi, "en 2009 ingresaron 118.635 españoles por vía aérea, el 25% del total de viajeros europeos". En cuanto a las formas de organización del viaje, el ministro subraya que "en España el porcentaje que representan los turoperadores es mucho más alto que en el resto de Europa". "En otros países la tendencia a comprar viajes por Internet ha crecido con mayor intensidad que en España". Pese a ello, el 45,3% de los españoles que han visitado el destino en

2009 han utilizado el medio online, mientras que el 17% se ha decantado por los servicios de una agencia de viajes tradicional.

Pese a la influencia de la crisis económica, Lombardi cita varios segmentos que parecen haber resistido, haciendo especial hincapié en los cruceros y el Turismo de congresos. Sobre el primero, el ministro asegura que "ha sido un año muy fuerte", mientras que en el caso de los congresos calcula una evolución favorable del 10%, destacando el aumento de las instalaciones.

Los barrios preferidos por los turistas españoles que han acudido a Buenos Aires, ciudad en la que el Turismo aporta un 8% de los ingresos totales, han sido Recoleta, la zona centro y Puerto Madero. Finalmente, el ministro subraya que "se hace todo lo posible por proteger al turista, vigilando los recorridos turísticos e informando a los visitantes sobre los riesgos".

AVIBA espera una cierta recuperación del Sector en el segundo semestre de 2010

Riera: 'El 80% de los turistas que llegan lo hacen a través de una agencia'

Nombrada finales de febrero presidenta de AVIBA, Silvia Riera se marca como principal objetivo al frente de la Asociación que "tengamos voz y voto". En

cuanto a la situación del Sector en Baleares, Riera confirma el cierre de 16 agencias en el pasado año, aunque espera una recuperación en 2010.

La profesionalización de los agentes de viajes e incrementar el peso de AVIBA son las prioridades para la nueva presidenta de la Asociación de Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA), Silvia Riera. Tras sustituir a Pedro Iriondo, nombrado en diciembre presidente de Fomento de Turismo de Mallorca, Riera cita, en primer lugar, la necesidad de que AVIBA "tenga voz y voto".

La nueva presidenta hace hincapié en el papel fundamental que juegan las agencias, asegurando que "el 80% de los turistas que recibe Baleares llegan a través de estos intermediarios turísticos". Tras un año marcado por la crisis económica, en el que cerraron 16 agencias en la Comunidad, resistiendo un total de 796 pun-

tos de venta, Riera mira con un cierto optimismo al presente ejercicio.

En concreto, espera que el Sector "se recupere en la segunda mitad del año". Para ello, Riera, que reconoce la "dependencia de Reino Unido y Alemania", espera el crecimiento de los denominados mercados emergentes, citando a "Polonia, República Checa y Rusia", así como la recuperación de Francia y países escandinavos, que "anteriormente jugaron un papel importante para el destino".

Preguntada por la bajada de la tasa de navegación aérea, Riera afirma que "todas las ayudas, aunque sean mínimas, son atractivas". Si bien critica la subida del IVA prevista para el próximo mes de julio, asegurando que "seguiremos luchando, ya que de apli-



El 80% de los turistas llega por agencia.

carse repercutirá negativamente en el consumo". Sobre el caso Spanair, reconoce que "han cometido errores, pero pretendemos que tras sentarnos a hablar la aerolínea entre en razón, ya que las agencias de viajes canalizan cerca del 80% de sus ventas".

La OMT prevé en 2020 1.600 millones de viajes

La Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que en 2020 se contabilicen cerca de 1.600 millones de viajes, correspondiendo 1.200 millones a desplazamientos intrarregionales. De este modo, la OMT espera que la desaceleración del Turismo se vea compensada a medio o largo plazo. Europa se mantendrá como el principal destino de los turistas, concentrando 717 millones de turistas.

La seguridad debe pagarla los Estados en aeropuertos

La comisión de Transportes de la Eurocámara exige que sean los Estados y no los pasajeros los que paguen las medidas de seguridad más estrictas en los aeropuertos. De este modo, los escáneres corporales, todavía no incluidos entre los instrumentos comunes de la Unión Europea, deberían ser financiados por los Gobiernos y no cargados como tasas.

TUI Travel se expande por Rusia y en Ucrania

TUI Travel se expandirá por Rusia y Ucrania tras firmar una *joint venture* con S-Group Capital Management. Para llevar a cabo esta operación, el turoperador invertirá 44 millones de euros durante tres años, centrados en las áreas de gestión, tecnología, comercio electrónico e imagen de la marca. Tras este acuerdo, TUI Travel contará en ambos países con 200 agencias de viajes.

El tráfico internacional de pasajeros mejora un 6%

El tráfico aéreo internacional de pasajeros registra en enero un incremento del 6,4%, según las cifras de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Asimismo, el factor de ocupación alcanza el 75,9%, experimentando un avance del 3,7%. El consejero delegado de IATA, Giovanni Bisignani, destaca que "podemos empezar a ver el futuro con algo de optimismo, pero con cautela".

Iberia pierde 273 millones en un año 'extremadamente complicado', frente a las ganancias de 31 millones de 2008

La aerolínea confirma que la firma del acuerdo de fusión con British se producirá 'en las próximas semanas'

Iberia concluye 2009 con unas pérdidas netas de 273,2 millones de euros, frente a las ganancias de 31 millones de 2008. Estos resultados, obtenidos en un año "extremadamente complicado", como lo define su presidente, Antonio Vázquez, responden a "la fuerte competencia, la caída experimentada por el business y la bajada de las tarifas". Durante 2009, la aerolínea ha intentado "ajustar su oferta de vuelos a la evolución de los diferentes mercados", explica. Para ello, ha reducido su oferta un 6%, consiguiendo de este

modo "mantener el coeficiente de ocupación, que se sitúa en el 19,8%, nivel similar al del año anterior".

Los ingresos de explotación han caído un 19,1%, debido a la reducción en todas las áreas de negocio. Por su parte, los gastos de explotación se sitúan en 4.873 millones de euros, un 11,9% menos que en 2008. Además del plan de reducción de costes, esta bajada de los gastos también ha estado motivada por "el importante descenso del precio del combustible y un menor consumo". Asimismo, la plan-

tilla se ha recortado un 4,2%, contabilizando 20.671 empleados.

A pesar de las importantes pérdidas, Iberia dispone de un patrimonio neto de 1.551 millones de euros, un 0,8% menos que a finales de 2008. En este sentido, la aerolínea explica que el impacto de las pérdidas netas se ha visto compensado por la mejora de la valoración de las operaciones de cobertura y el efecto de la revalorización de las acciones de British Airways.

En cuanto a las previsiones para 2010, Iberia espera "acabar con un re-

sultado neto positivo", como explica el director general Comercial y de Clientes, Manuel López Aguilar. "Confiamos en una recuperación progresiva a lo largo del año", añade. Asimismo, la compañía aérea prevé firmar el acuerdo de fusión "en las próximas semanas", aunque el despegue definitivo de la aerolínea resultante no se producirá "hasta el 1 de enero de 2010".

Ante la "saturación" en las rutas de medio y corto radio, motivada por el incremento de las compañías de 'bajo coste' y, en el caso de España,

de la competencia del AVE, Iberia estudia la posibilidad de poner en funcionamiento en noviembre una nueva aerolínea para aumentar su competencia en este mercado. Aunque inicialmente su creación estaba prevista para el 1 de enero de 2011, se trabaja para "adelantar su lanzamiento", según explica su consejero delegado, Rafael Sánchez-Lozano. Éste aclara que la aerolínea tendrá un funcionamiento semejante al de las compañías aéreas *low cost*, aunque "no será exactamente igual".

¡Muy cerca de ti,

La Vera

estalla la vida!

...

agua
fauna
tradiciones
gastronomía

de veras



www.comarcadelavera.com

Con la financiación de la Secretaría de Estado de Turismo

El Banco de España ve en el Turismo 'cierta mejoría'

La evolución del gasto de los visitantes, que ha rondado el 4% en el primer mes del año, confirma una "cierta mejoría" en el Turismo. Así lo apunta el Banco de España, destacando el incremento del 1,1% de las entradas de turistas extranjeros, primera subida desde abril. En concreto, la caída de los ingresos se ha moderado en el cuarto trimestre de 2009 hasta el 5,5% en términos reales y nominales.

Será necesario un seguro médico para visitar Cuba

Los turistas que deseen visitar Cuba deberán contratar una póliza de seguro médico. Esta medida se aplicará a partir de mayo y afectará a los viajeros extranjeros con residencia temporal y a los cubanos residentes en el exterior que visiten la isla, según informa la Gaceta Oficial. El Turismo es una de las principales fuentes de ingresos del país, que en el último año recibió cerca de 2,4 millones de visitantes.

La vía aérea contabiliza un 6% más de pasajeros

Más de 99 millones de personas han utilizado algún medio de transporte para sus desplazamientos domésticos en enero. Esta cifra supone un descenso del 3,4%, según los datos facilitados por el INE. Entre los diferentes medios de transporte, el aéreo y el marítimo crecen un 6% y un 0,5%, mientras que el ferrocarril y el autobús pierden un 6,5% y un 5,4% de pasajeros.

Un resultado negativo de 16 millones para Air Nostrum

Air Nostrum ha cerrado 2009 con unos ingresos de 561,4 millones de euros y 4,6 millones de pasajeros. La caída del tráfico y de la utilización de tarifas de negocios le dieron un resultado negativo neto de 16,2 millones de euros, de los cuales 9,1 millones (el 56%) correspondieron a los gastos de reestructuración. Con su plan de choque ha logrado un ahorro de 34 millones de euros.

Europa Viajes recomienda 'tener en cuenta las campañas de Spanair al hacer reservas'

Muñoz: 'Quien haga competencia desleal no tendrá el apoyo de ventas habitual'

El Sector reacciona ante la estrategia comercial de Spanair, con la que busca potenciar la venta online. Según confirma a NEXOTUR el presidente del Grupo

Europa Viajes, se ha recomendado a las agencias "que tengan en cuenta estas campañas cuando emitan billetes". "Si intentan hacernos daño, nos defenderemos".

Las agencias de viajes continúan demostrando su descontento con la política comercial adoptada por Spanair. Si hace cuestión de dos semanas era FEA AV la que "rompía relaciones" con la compañía aérea, ahora es el Grupo Europa Viajes, que aglutina cerca de 500 puntos de venta, el que planta cara a la aerolínea.



José Luis Muñoz

dado un paso más, recomendando a sus asociados que "tengan en cuenta este tipo de campañas a la hora de realizar reservas".

Aunque en ningún momento el presidente del Grupo Europa Viajes, José Luis Muñoz, aconseja no vender billetes de Spanair, destaca que "si intentan hacernos daño, nos defenderemos".

"Quien nos haga competencia desleal no tendrá el apoyo de ventas habitual", prosigue Muñoz, que apunta que la mayoría de asociados "están de acuerdo con nuestra postura, ya que si no tomamos medidas, qué va a ser lo siguiente". Finalmente, preguntado por la posibilidad de optar por la vía del diálogo, el presidente de Europa Viajes

asegura que "Spanair se niega a hablar con los Grupos comerciales".

Además del conflicto con Spanair, en la asamblea, celebrada entre el 4 y el 7 de marzo, Muñoz ha constatado "las ganas de las agencias de superar esta crisis". Entre los aspectos más reseñables, el presidente de Europa Viajes destaca que "la creación de una macroweb que aglutine las ofertas de las agencias de viajes asociadas ha sido aprobada por la asamblea".

Tal y como adelantaba NEXOTUR, con esta herramienta se persigue potenciar las ventas a través del medio online, así como "trabajar como una vertical respetando la independencia de nuestras agencias". "Dirigida al cliente final", Muñoz espera que la macroweb, en la que ya están trabajando, "esté disponible para finales de mayo o principios de junio".

Iberia modifica el cobro por la segunda maleta en Canarias

El presidente de Iberia, Antonio Vázquez, asegura que se aplicará la tarifa antigua de sobrepeso en el equipaje a los residentes canarios. Así, deberán abonar 15 euros por el exceso de hasta 32 kilogramos en la primera maleta para los vuelos de corto y medio radio.



Paulino Rivero

"Según el sistema nuevo pagarían un poco más", explica el presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero, que destaca que con esta decisión Iberia reconoce la especificidad del archipiélago. De aplicarse la nueva tarifa, estos pasajeros tendrían que pagar aproximadamente 60 euros por superar los 23 kilogramos y tener que usar una segunda maleta, mientras que aplicando el modelo antiguo, únicamente tendrían que abonar 15 euros. Si bien en los vuelos de largo recorrido se aplicará el sistema nuevo.

Al respecto, Vázquez asegura no entender el "escándalo" mediático

que se ha producido. "Hay compañías aéreas que no sólo están cobrando la segunda maleta, sino que, además, reciben subsidios", apunta, añadiendo que "en este momento de competencia dura y difícil lo que queremos es tener más cuota de mercado y más contacto con Canarias".

Tras la aplicación del nuevo sistema en el que se cobra por la segunda maleta facturada, desde el Gobierno canario y las empresas del Sector Turístico realizaron todo tipo de críticas por considerarlo, como explica Rivero, "un abuso que nos aleja más", al tiempo que planteaba que se trata de una "medida encubierta para subir el precio de los billetes". Así, el portavoz del Gobierno, Matín Marreno, aseguraba que "no se puede aplicar bajo ningún concepto por el impacto que esto supone para los residentes en el archipiélago y para el Sector Turístico".

El 14% de los españoles renuncia a sus vacaciones

El 14% de los españoles no podrá permitirse ir de vacaciones debido a la crisis, mientras que el 38% necesitará ahorrar más para financiar su viaje. En contraste, el 44% considera que tendrá suficiente dinero para hacer frente a los gastos vacacionales, según el Eurobarómetro, encuesta realizada por la Comisión Europea.

En el conjunto de la Unión Europea (UE), los resultados son algo más positivos, ya que sólo el 10% de los encuestados afirman tener graves problemas financieros que afectarán a sus planes vacacionales. Los ciudadanos de Estonia, Bulgaria, Rumanía, Letonia y Grecia son los que mayores dificultades tendrán para irse de viaje. España se mantiene como el destino favorito de los europeos, siendo la primera opción para franceses, británicos, alemanes, portugueses, finlandeses e irlandeses. A continuación aparecen Francia e Italia.

En todo caso, el 49% de los ciudadanos de la UE encuestados por la Comisión se decantará por su



España, el principal destino de la UE.

país de origen, tendencia que va en aumento desde que comenzase la crisis económica. En España, esta proporción asciende hasta el 64%. De los españoles que viajan al extranjero la mayor parte se decantan por Francia e Italia. Finalmente, el estudio revela que el Turismo es una de las industrias de servicios más importantes de la UE, ya que representa el 5% del PIB y el 6% del empleo.

Las agencias dependerán de las ventas de última hora de cara a Semana Santa

El Sector detecta 'una mejoría en 2010', aunque 'partimos de unos resultados pésimos'

Aunque no se está produciendo una gran recuperación en este inicio de año, las Asociaciones de agencias sí aprecian "un ligero repunte". Si bien recuer-

dan que "partimos de una situación pésima". En concreto, en 2009 el *business travel* cayó un 30%, mientras que el vacacional lo hizo un 20%.

Tras un año "pésimo" para las agencias de viajes, los responsables de las Organizaciones empresariales de agencias más representativas del país coinciden en señalar el "ligero repunte" de las ventas con el que ha comenzado el año. La cara más optimista corresponde al presidente de FEA AV, Rafael Gallego, quien asegura que "hay señales para pensar que 2010 va a ser el año de la recuperación del Sector Turístico". Al respecto, Gallego cita, además del mantenimiento de las ventas, "el incremento de la llegada de turistas y el movimiento de los pasajeros en los aeropuertos". Asimismo, señala que "las compañías aéreas están programando más vuelos de cara a la temporada de verano".

Aunque ya no se habla de grandes caídas, el presidente de AEDAVE recuerda que "hemos sa-

lido de una gran depresión". Por ello, aunque reconoce que "las cosas han empezado a moverse en enero, notando un repunte", advierte que "partimos de una situación pésima".

Caída del 20% en 2009

Por su parte, el gerente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Ramón Buendía, también apunta que los resultados de los primeros meses del presente ejercicio "han sido menos malos". Sin embargo, Buendía calcula que en el ejercicio anterior "la caída del *business travel* fue del 30%, mientras que en el caso del producto vacacional rondó el 20%". Además de esta contracción de la facturación, el gerente de la Asociación señala que "los beneficios se han visto fuertemente mermados por la política de

precios llevada a cabo por algunas agencias de viajes, que han bajado las tarifas renunciando prácticamente a obtener ganancias".

De cara a Semana Santa, los representantes del Sector de agencias de viajes coinciden en señalar que "parece que va a volver a predominar la venta de última hora". "Un año más, la venta anticipada no está funcionando, lo que creo que es un gran error por parte del consumidor", apunta el presidente de AEDAVE. Por su parte, Gallego considera que "se están dando dos circunstancias". Por un lado, "hay mucha gente que está esperando al último momento con la intención de conseguir las mejores ofertas". Por otro, afirma que "hay destinos para los que es difícil conseguir viajes, lo que demuestra que la situación no es tan trágica".

member of 



LA FORMA MÁS
CÓMODA DE
CONECTAR
ORIENTE CON
OCCIDENTE

Vía Helsinki, recorreremos la rápida ruta del Norte entre España y las principales ciudades de Asia. Y es que, geográficamente, nuestras rutas son más cortas. Además, el galardonado aeropuerto de Helsinki ha sido diseñado para realizar escalas prácticas y cómodas. Como parte de oneworld, disponemos de unos horarios coordinados y unas excelentes conexiones a 700 destinos alrededor del mundo.

¡Bienvenido a bordo! Ahora, póngase cómodo. Nosotros nos encargamos de que llegue a su destino lo antes posible y, sobre todo, descansado.

PRUEBE FINNAIR. RESERVE AHORA EN WWW.FINNAIR.COM
ASIA A PARTIR DE 675 €.

FINNAIR 

THE FAST AIRLINE BETWEEN EUROPE AND ASIA

Nuevos destinos en la 'website' de Luxotour



Luxotour ha modificado su página de Internet para ampliar su oferta a

Túnez y, dentro de Marruecos, diferenciar Ceuta y Melilla de la programación del resto del país. La página sigue ofreciendo a las agencias un sistema de reservas *on request*.

Posadas ofrece 'online' sus hoteles de negocios



La web 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.

Una amplia información del Turismo en Lérida



El 'sitio' oficial de Turismo en 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.

Cruceros de Azamara en gran parte del mundo



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

Versys Travel lanza reservas de vuelos para agencias

Versys Travel se ha unido al consolidador de vuelos alemán Aerticket AG para crear Aerversys, sistema de reservas de vuelos destinado a los agentes de viajes. Gracias a este acuerdo, Versys Travel operará en el mercado español como mayorista de vuelos y con propia licencia de IATA.

"La combinación del *know-how* de la distribución de billetes y las relaciones con las compañías aéreas a nivel mundial de Aerticket AG, junto con la amplia experiencia en el mercado español de Versys Travel, permitirá la entrada de Aerversys a pesar de las dificultades que atraviesa el Sector", explica el presidente de Versys Travel, Antonio Peña.

El buscador de vuelos estará integrado dentro de la plataforma de reservas Versys Travel, ofreciendo a los agentes de viajes todo tipo de tarifas. La mayorista española completa con este servicio su oferta, que ya incluía hoteles, excursiones y circuitos.

El Sector Turístico supone más del 40% de los ingresos totales del comercio electrónico en España

La lista en términos de volumen de transacciones la encabeza el transporte terrestre de viajeros

Los ingresos del comercio electrónico en España en el tercer trimestre del año 2009 (último periodo analizado), han alcanzado los 1.503,1 millones de

euros, según la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT). Las operaciones del Sector Turístico han sido las de mayor peso en las cifras

de ingresos con más del 40% de los mismos. En concreto, las agencias y operadores turísticos representaron el 15,8% de los ingresos totales.

La compra-venta de bienes y servicios a través de Internet movió un volumen de negocio de 1.503,1 millones de euros el tercer trimestre de 2009, una cifra récord, según la CMT. Por ramas de actividad, las operaciones del Sector Turístico (agencias de viajes, transporte aéreo, terrestre de viajeros y hoteles, apartamentos y *camping*) fueron de nuevo las de mayor peso en las cifras de ingresos, ya que supusieron más del 40% de los ingresos totales: 605,9 millones de euros.

Así, las agencias y operadores turísticos representaron el 15,8% de los ingresos totales, el transporte aéreo el 14,8%, el *marketing* directo el 7,5% y el transporte terrestre de viajeros (7,3%). Dentro de las diez ramas de actividad de mayor importancia también se encontraron los hoteles, apartamentos y *camping* (2,4%).

En el tercer trimestre de 2009, la evolución interanual del comercio electrónico

medida por el número de operaciones ha sido del 8,5%, contabilizándose un total de 18,57 millones de transacciones, mostrando un cambio en la tendencia decreciente del trimestre anterior. En este periodo, la lista en términos de volumen de transacciones la encabeza el transporte terrestre de viajeros (8,9%), seguido por los juegos de azar y apuestas (8,6%), el *marketing* directo (8,6%), las agencias de viajes y operadores turísticos (7,8%), los teléfonos públicos y tarjetas telefónicas (7,5%), el transporte aéreo (6,8%) y los servicios legales, contabilidad y gestión (6,6%).

Los ingresos del comercio electrónico a través de las entidades de medio de pago que se realizaron dentro de España durante el tercer trimestre de 2009 alcanzaron los 650,6 millones de euros, el 43,3% del total del volumen de negocio y un 22,1% más que en el mismo periodo de 2008.



Las operaciones del Turismo encabezan los ingresos del comercio electrónico.

Al respecto, el Sector Turístico ha constituido el 50% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España: agencias de viaje y operadores turísticos (20,2%), transporte aéreo (15%) y el transporte terrestre de viajeros (14,8%).

Por su parte, los ingresos del comercio electrónico a través de las en-

tidades de medio de pago que se realizaron dentro de España en este periodo alcanzaron los 650,6 millones de euros, el 43,3% del total del volumen de negocio y un 22,1% más que en el mismo periodo del año anterior. Así, el Sector Turístico ha constituido el 50% de los ingresos del comercio electrónico dentro de España.

Amadeus crea un área para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio para agencias

Su misión es 'idear fórmulas para que las agencias aumenten sus líneas de ingresos'

Amadeus continúa trabajando en pro de las agencias de viajes. El proveedor tecnológico ha creado una nueva área, denominada Business Development Unit, cuya función será la "búsqueda de oportunidades de negocio que aporten a las agencias de viajes ingresos adicionales y complementarios a la venta de productos turísticos, o que ayuden a la reducción de costes". Así lo explica el responsable de este departamento, Juan Antonio Navarro Martínez, quien considera que el margen de las agencias para reducir costes es "enorme".

"En un contexto en el que el modelo tradicional de agencia evoluciona con rapidez, nuestra misión es ir por delante, ideando fórmulas que permitan a las agencias aumentar sus líneas de ingresos", explica Navarro Martínez. Asimismo, el responsable del recién creado departamento recuerda que "productos

tradicionales, como el aéreo, reducen sus márgenes de rentabilidad".

Mejorar la competitividad

En esta línea, Navarro Martínez explica que "nosotros investigaremos nuevas oportunidades, valoraremos su viabilidad y su aportación a los procesos de trabajo de las agencias de viajes y a su modelo de negocio". "Se trata de apostar por una innovación desde nuestro profundo conocimiento del mercado de las agencias, para que éstas puedan mejorar su competitividad en términos realistas".

Por su parte, el director general de Amadeus España, Paul de Villiers, señala que "en un contexto de dificultad económica y de contención del gasto, es fundamental la inversión en el desarrollo de iniciativas que permitan ya no sólo reducir gastos, sino abrir nuevas



Responsable de Business Development Unit, Juan Antonio Navarro.

vías de ingresos". "Esto es lo que coloca a las empresas en una posición de fortaleza de cara a la recuperación económica, y con nuestra Business Development Unit contribuiremos a identificar dichas oportunidades", sentencia.

Hertz afirma que el 60% de los turistas contratan 'online'

Cerca del 60% de los españoles realizan sus reservas a través del medio *online*. Así se desprende de un estudio realizado por Hertz, que revela que el 57,4% de estos turistas planifica sus viajes con entre uno y dos meses de antelación, seguidos de los que lo hacen con entre tres y cinco meses.

De las reservas efectuadas por Internet, "que se han incrementado a consecuencia de la coyuntura económica adversa", la gran mayoría de clientes aseguran comparar varios precios en la Red, mientras que el 17,6% opta por organizar el viaje por su cuenta, reservan vuelos, hoteles y vehículos en diferentes páginas *web*. El estudio realizado por la compañía de alquiler de vehículos arroja otros datos, como que el 54% de los encuestados prefiere elegir primero el destino de sus vacaciones y después organizar el presupuesto.

Asimismo, pese a la crisis, cada vez es mayor el número de españoles que se resiste a suprimir sus



Aumentan las reservas 'online'.

vacaciones. Por eso, el 46% de los encuestados se muestra dispuesto a renunciar a las comodidades del alojamiento para ahorrar dinero, mientras que el 6% descarta realizar excursiones. Finalmente, Hertz también analiza el comportamiento del mercado alemán, resaltando que gran parte de los turistas optan por la anticipación para abaratar sus vacaciones.

Redes Sociales

¿Cómo mejorar mis ventas online?

Pregunta.- Soy directora de una agencia de viajes online. En los últimos meses se ha venido observando una inesperada caída de las ventas. Me preocupa no estar dando los pasos oportunos para mantener adecuadamente mi negocio. ¿Podrías ofrecerme algunas recomendaciones para mejorar los resultados?

Respuesta.- No hay duda de que en los últimos años ha aumentado el número de personas que acuden a las agencias virtuales en busca de viajes a precios más económicos. Factores como la rapidez, la comodidad y la amplia oferta son fundamentales a la hora de acudir a Internet. Ahora bien, como has podido comprobar, tener una página web no es sinónimo de negocio online: debes mantenerla constantemente actualizada, invertir en ella tiempo y dinero, y buscar estrategias de diferenciación con tus competidores.

En primer lugar, para sostener tu web debes conseguir un buen posicionamiento en los buscadores para que el usuario encuentre el nombre de tu agencia entre los primeros resultados. Una vez dentro de tu web, la distribución y clasificación de la oferta debe ser adecuada, y los buscadores, fáciles de usar. Debes ofrecer facilidades de pago y garantías de confidencialidad. Haz constar que no guardas los datos de la tarjeta de crédito de tus clientes y que realizas auditorías periódicas de protección de datos. Disponer de un teléfono de contacto y comunicar las reservas a través de SMS serán herramientas de gran ayuda para mantener la confianza de tus clientes.

Una estrategia de diferenciación con tus competidores puede ser la creación de comunidades online, te ayudará a infundir en tus clientes la sensación de pertenecer a un grupo con el que compartir intereses y aficiones. Además de aportar valor a una página donde únicamente figuran listados de productos, servicios y precios, introducirás el factor emocional que conlleva todo viaje, diferenciándote de otras agencias. La creación

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

de una comunidad online no implica una gran inversión económica, solo tecnología y un equipo con personalidad y ganas de experimentar.

Además, puede ser de gran utilidad la participación en redes sociales como Twitter o Facebook; acaparan la atención de un volumen importante de usuarios y por tanto, de posibles compradores. La presencia de tu agencia en las redes sociales incrementará la familiaridad de los usuarios con tu marca y por tanto otorgará notoriedad a tu empresa. Ahora bien, es un error pensar que las redes sociales son un entorno adecuado para vender. Debes entender este medio como un modo para desarrollar nuevas estrategias de marketing. Frente a las fórmulas de marketing tradicionales en que la comunicación es unidireccional, en las redes sociales el mensaje se construye en la interrelación usuario/empresa. Una vez que tengas un perfil, tu presencia en las redes sociales no debe ser agresiva, sino que debe centrarse en escuchar, distinguir oportunidades, dialogar y crear valor para los usuarios.

Seguros OPC

¿Qué seguros necesito como organizador?

Pregunta.- Soy director de empresa de organización de congresos que va a iniciar su andadura en las próximas semanas. Estoy preocupado por los imprevistos que pueden suceder antes de la celebración de un congreso y durante el transcurso del mismo. ¿De qué forma puedo

estar hechos a medida de la actividad del OPC, entre los que destacamos:

Responsabilidad Civil Profesional. La cobertura más importante para una OPC es la de responsabilidad civil pues cubre las reclamaciones que se le pueda exigir al organizador por causar daños a un tercero en la realización de su actividad. Es bastante habitual que las empresas organizadoras de congresos tengan seguros de responsabilidad civil diseñados para agencias de viajes y que no den una cobertura completa de su actividad. Es fundamental que el seguro elegido tenga perfectamente especificada la actividad de la empresa.

Seguro de cancelación. Otro de los productos imprescindibles es el que garantice los gastos derivados de una posible cancelación o modificación del evento organizado, pues el tiempo de antelación y la dedicación requeridas implican que las pérdidas a consecuencia de estos imprevistos sean muy elevados para cualquier empresa.

Por último, es fundamental que todos los participantes en el congreso o evento lleven una protección adecuada para prestarles asistencia en caso de que tengan algún percance durante su estancia.

Todas estas necesidades han sido estudiadas por Intermundial y

se han diseñado una serie de productos totalmente a medida de los OPC, para poner a su disposición y poder desarrollar la actividad con total tranquilidad. Destacando:

—Seguro de Responsabilidad Civil exclusivo del OPC, que garantiza estrictamente esta actividad. Este seguro incluye entre otras, la responsabilidad civil de explotación (la relacionada con daños personales o materiales en el desarrollo de la actividad), la responsabilidad civil locativa (daños que se produzcan en el inmueble), y responsabilidad civil de daños patrimoniales primarios y la responsabilidad civil subsidiaria (responsabilidad que se le pueda exigir de forma indirecta al organizador por hechos ocasionados por terceras personas).

—Seguro de Cancelación de Eventos: gastos que puedan derivarse de cambio de sede, cambios de fechas y reducción de la duración del congreso.

—Seguro de viaje complementario: para garantizar, en función del evento, gastos médicos, accidentes, equipajes, demoras, etc.

Todos estos productos son válidos en todo el mundo y están preparados para adaptarse a cualquier congreso en función de los detalles y características del mismo.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es



Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

100% Agentes

Turnexo

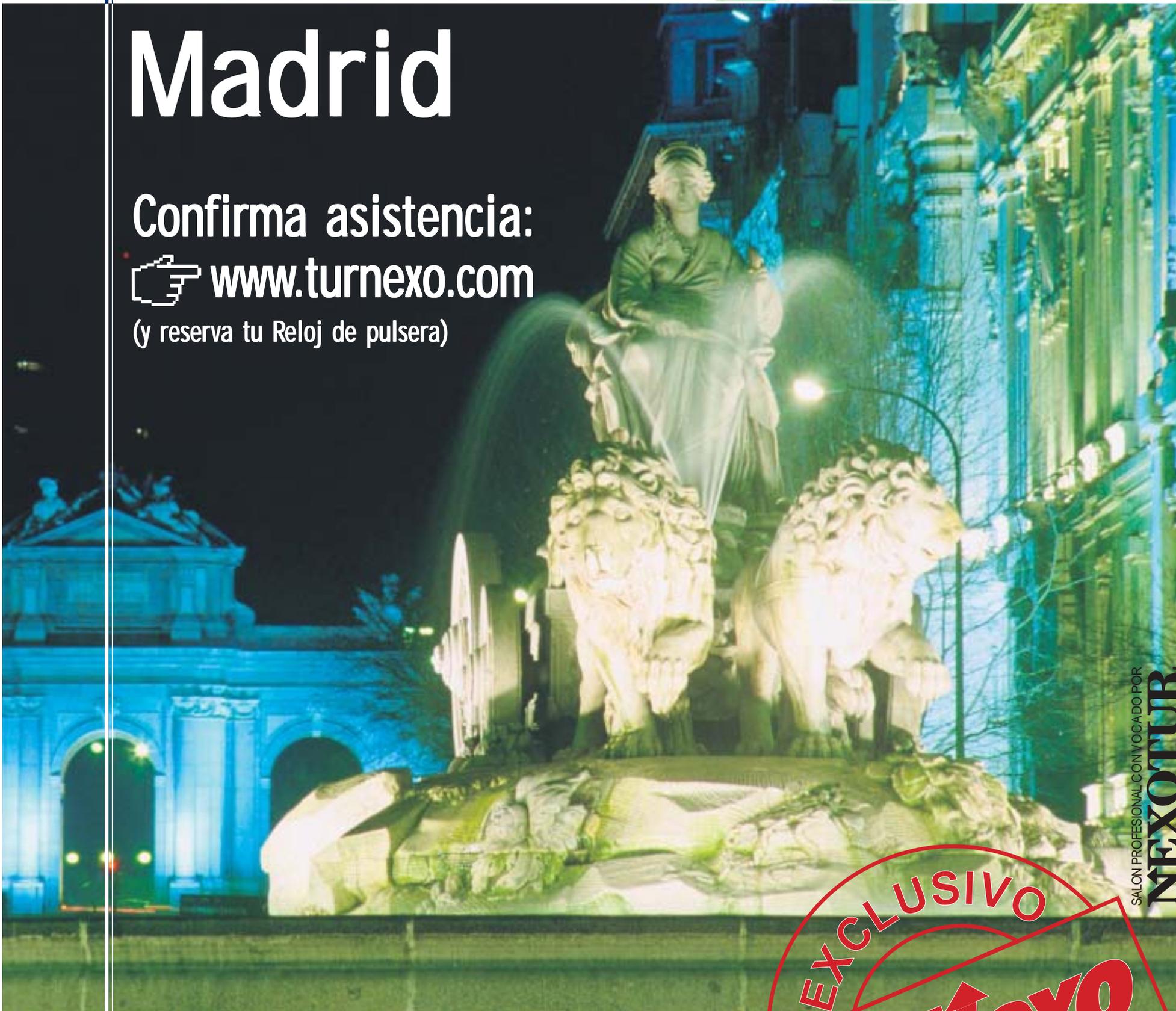
Madrid

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

Madrid, primera parada de los Salones TurNexo, albergará un debate sobre las estrategias para después de la crisis

Una selecta selección de proveedores mostrarán sus ofertas a los agentes

El Hotel Santo Domingo vuelve a ser elegido por el Grupo NEXO para la celebración del Salón TurNexo Madrid el próximo 6 de abril. Tras la edición de invierno, marcada

por el alto grado de asistencia y la presencia de la Dirección General de Turismo, el Salón volverá a ser el nexo de unión entre proveedores y agentes de viajes.

Tras la excepcional acogida de los Salones TurNexo de invierno, celebrados en Madrid y Barcelona, a los que acudieron más de 400 profesionales turísticos, el Grupo NEXO vuelve a organizar los Salones de verano, que se han convertido en una cita ineludible para los agentes. El Hotel Santo Domingo de Madrid será el primer escenario elegido para la celebración de este encuentro comercial entre una selecta selección de proveedores y agentes de viajes. Además de estos profesionales, los Salones TurNexo contarán un año más con la participación de presidentes, gerentes y directivos de todas las Asociaciones empresariales y Grupos comerciales.

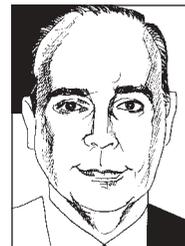


El Hotel Santo Domingo acoge nuevamente el Salón TurNexo Madrid.

DIRECTOR TURISMO DE MADRID

‘Los consumidores conocen las ventajas de las agencias’

Es un para mí un motivo de satisfacción presentar una nueva edición del Salón TurNexo Madrid. Un evento que, desde su nacimiento, la Dirección General de Turismo ha apoyado por lo acertado de la iniciativa, tanto en su planteamiento como en sus destinatarios. El Gobierno de la Comunidad ha entendido que el Sector de agencias es un elemento fundamental.



Antonio Nieto

Finalmente, sólo queda felicitar al Grupo NEXO por este evento y desearle los mayores éxitos y a los visitantes una provechosa y fructífera estancia que se traduzca en un mayor negocio para sus empresas.

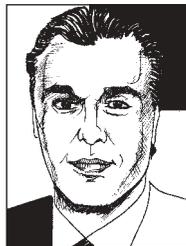
Pese a que muchos daban ya por muerto este Sector, las agencias han demostrado su capaci-

dad para reinventarse. Por su parte, el consumidor conoce las ventajas que las agencias le aporta a la hora de organizar sus viajes, tanto por el conocimiento, como por la garantía que ofrecen en el caso de cualquier inconveniente.

FEAAV / PRESIDENTE

‘Un nexo independiente entre las agencias y los proveedores’

Resulta para mí un orgullo constatar cómo el Salón TurNexo Madrid se configura como un eficaz nexo de unión entre agencias y proveedores. En este sentido, y tras años de laborioso esfuerzo, FEAAV no duda en mostrar su apoyo a una



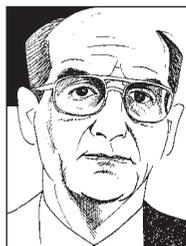
Rafael Gallego

iniciativa que reúne en Madrid a los más destacados proveedores de las agencias españolas, y que surge como el mejor escaparate con vistas a conocer de primera mano lo mejor de la oferta para las temporadas de verano e invierno.

AEDAVE / PRESIDENTE

‘Un ambiente propicio para que las empresas hagan negocios’

Me gustaría comenzar felicitando al Grupo NEXO por el empeño que está demostrando con las convocatorias del TurNexo Madrid. Esta iniciativa, que demuestra una gran capacidad de innovación empresarial por parte de sus



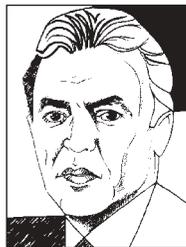
José M. Maciñeiras

organizadores, debe ser reconocida por todos, máxime teniendo en cuenta los momentos que estamos atravesando. En esta coyuntura adversa, el mantener y tratar de mejorar este tipo de convocatorias es muy saludable.

UNAV / PRESIDENTE

‘Apoyo al Salón desde los 25 años de servicio a las agencias’

UNAV ya cumplió 25 años. Efeméride que situó a la Asociación decana del Sector en el reducido grupo de Organizaciones con más de un cuarto de siglo de existencia. Tanto sus impulsores como los demás profesionales del



José Luis Prieto

Sector que han apoyado con su esfuerzo la trayectoria de la Unión, han tenido siempre claro los objetivos de UNAV: la defensa de los intereses de sus asociados. Además, venimos apoyando desde hace una década a los Salones TurNexo.



El director general de Turismo de Madrid, Antonio Nieto, procedió al tradicional corte de cinta.

Casi 300 profesionales en el Salón de Madrid

En el último Salón TurNexo Madrid, que tuvo lugar en noviembre de 2009, se dieron cita 233 visitantes profesionales, 110 eran agentes de mostrador, 87 directores (jefes de agencia), 17 directores comerciales, ocho de departamentos de grupos, seis administradores o gerentes y cinco responsables de producto. Además del encuentro comercial, el acto contó con la presencia de la Dirección General de Turismo, encabezada por Antonio Nieto, que abordó la trasposición de la Directiva Bolkestein y atendió las demandas de los representantes del Sector.



Los 233 visitantes profesionales conocieron las ofertas de más de una decena de proveedores turísticos.

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 Hotel Eurostars Grand Marina acoge el Salón TurNexo Catalunya, punto de encuentro de agentes y proveedores

Tendrá lugar el debate 'Estrategias del Sector ante la salida de la crisis'

El Hotel Eurostars Grand Marina será el escenario elegido por el Grupo NEXO para la celebración del Salón TurNexo Catalunya. Tras la edición de invierno, marcada por el

alto grado de asistencia, con cerca de dos centenares de profesionales, el Salón volverá a ser el nexo de unión entre una selección de proveedores y agentes.

El Salón TurNexo, que viene organizando el Grupo NEXO desde hace una década, volverá a ser el punto de encuentro entre agentes de viajes y los principales proveedores del Sector Turístico. Tras la exitosa edición de del TurNexo Catalunya, al que asistieron cerca de dos centenares de profesionales, el Hotel Eurostars Grand Marina volverá a acoger esta cita ineludible del Sector. Además de la exposición por parte de los proveedores de sus novedades de cara a la temporada de verano, paralelamente el Salón TurNexo Catalunya acogerá el Debate NEXOTUR bajo el título 'Estrategias del Sector ante la salida de la crisis del consumo'.



El Salón TurNexo Catalunya se celebra en el Hotel Eurostars Grand Marina.

DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

'Cataluña tiene una larga trayectoria en el Turismo'

Empezamos a finales del siglo XIX con las sociedades de atracción de forasteros, continuamos en los años 30 con la Oficina de Turismo, para llegar hoy en día a los diferentes patronatos de Turismo territoriales y nuestro organismo de promoción Turismo de Catalunya.



Joan C. Vitalta

ser la deseable y ya que el Turismo es un sector que ha crecido de mano de la globalización y de la expansión de mercados emergentes, la actividad turística se muestra como una de las más activas y con más capacidad de resistencia y adaptación a un periodo que seguro es transitorio, pero que supondrá un profundo replanteamiento. En una frase: La crisis significa renovación y el Turismo es un sector que se ha caracterizado por su adaptabilidad.

Nuestra oferta es como nuestra Comunidad, variada de calidad y con la riqueza que le da nuestra cultura milenaria. En unos momentos en que la situación económica dista mucho de

ser la deseable y ya que el Turismo es un sector que ha crecido de mano de la globalización y de la expansión de mercados emergentes, la actividad turística se muestra como una de las más activas y con más capacidad de resistencia y adaptación a un periodo que seguro es transitorio, pero que supondrá un profundo replanteamiento. En una frase: La crisis significa renovación y el Turismo es un sector que se ha caracterizado por su adaptabilidad.

AEDAVE CATALUÑA / PRESIDENTE

'Un punto de encuentro entre las Asociaciones de agencias'

Un año más, el Grupo NEXO organiza el Salón Profesional del Agente de Viajes y con él, las mesas coloquio, con formato de Debates NEXOTUR, a las cuales he tenido la suerte de asistir. Estas mesas destacan por los acertados temas de ac-



Víctor Muntané

tualidad que se tratan, siempre de gran relevancia. Tal vez el Grupo NEXO, con estas iniciativas, nos podría abrir el camino para que las Asociaciones y Confederaciones nos sentáramos y pudiéramos desarrollar un objetivo común.

UCAVE / PRESIDENTE

'Un espacio para intercambiar ideas y conocer proveedores'

Agradezco la oportunidad que me brinda el Grupo NEXO para dirigirme al Sector. Desde mi llegada a UCAVE, he tenido la oportunidad de asistir a varias ediciones de este certamen. Y, precisamente, en las actuales circunstancias, hago espe-



Rafael Serra

cial énfasis en la importancia de participar en este evento. Intercambiar ideas y opiniones, conocer nuevas posibilidades, descubrir nuevos operadores, etc. siempre son activos de los que disponer para mejorar y ser más competitivos.

ACAV / PRESIDENTE

'Un servicio adecuado para las agencias de nuestra Comunidad'

El Salón TurNexo Catalunya repite su presencia en Barcelona, con la finalidad manifiesta de prestar un servicio a nuestras agencias, que poseen un destacado mercado emisor, así como un no menos importante receptor. Tampoco en esta edi-



Francisco Carnerero

ción disfrutamos de un entorno económico idóneo para el desarrollo de nuestra actividad empresarial en la intermediación turística. Aún así, estas dificultades innegables no deben doblegarnos, y hemos de continuar trabajando.



El presidente de UCAVE y el director general de Gebta durante la inauguración del Salón TurNexo de invierno.

Cerca de 200 profesionales en TurNexo Catalunya

Cerca de dos centenares de agentes de viajes acudieron al Hotel Eurostars Grand Marina para conocer de primera mano las novedades de la temporada de invierno en el Salón TurNexo Catalunya de la edición de invierno, que tuvo lugar en noviembre. Más de una decena de proveedores presentaban sus nuevos productos. Entre los visitantes, hubo 95 agentes de mostrador, seguidos de 43 directores (jefes de agencia), 11 de departamentos de grupos, nueve responsables de producto, siete administradores y cinco directores comerciales.



Más de 40 directores de agencias y un centenar de agentes de mostrador acudieron al Salón TurNexo de Catalunya.



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

Most r a d o r

Sol Meliá entra en el programa de viajero frecuente Miles & Mores

Sol Meliá ha firmado un acuerdo con el programa de viajero frecuente Miles & Mores para que sus clientes "puedan beneficiarse de ambos programas de fidelidad". Así, los titulares de la tarjeta Mas de Sol Meliá podrán canjear sus puntos por millas de Miles & Mores. La cadena ha explicado que este acuerdo forma parte de su estrategia comercial para "reforzar su posicionamiento y competitividad en los mercados", a través de "alianzas y sinergias" con las principales compañías del Sector para "potenciar la eficiencia comercial".

✉ www.solmelia.es

Catai dedica un catálogo monográfico a Túnez, con propuestas para todos los perfiles

La mayorista se centra en el sur del país mediterráneo y ofrece viajes que incluyen otros atractivos

Catai Tours apuesta este año por Túnez en su programación de destinos más cercanos y le dedica por primera vez un catálogo monográfico a este exótico país del Mediterráneo.

En el folleto se incluye una cuidada selección de itinerarios y estancias en el sur de Túnez que, como explican desde la mayorista, "escapan de lo convencional e incluyen otros atractivos: hoteles con encanto, talasoterapia, golf y otros deportes". Por su proximidad y su variedad de recursos, Túnez permite al viajero español muchos tipos de viaje, desde una exótica escapada de fin de semana, hasta un gran viaje con to-

dos los ingredientes de la larga distancia. Además, el sur del país es la entrada más fácil para el desierto del Sahara, con muchas propuestas originales tanto para los clientes individuales, como para parejas o familias. Los nuevos vuelos de Tunisair a Tozeur desde Madrid, cada jueves y domingos, permiten llegar en unas dos horas al sur de Túnez, a las puertas del desierto.

✉ www.catai.es



Lago salado de Chot El Jerid en Tozeur.

Air France y KLM dan a conocer sus novedades para la temporada de verano

El grupo estrena en Barcelona su nueva ruta a Ajaccio

El próximo 29 de mayo Air France realizará el vuelo inaugural de su nueva ruta Barcelona-Ajaccio (Córcega). Con él se estrenan las novedades del grupo aéreo en Cataluña para la próxima temporada de verano. La ruta será operada por la filial Régional con una frecuencia de un vuelo semanal los sábados, al que se añadirá un segundo los domingos a partir del 4 de julio.

Como explica el director general de Air France-KLM para la Península, Thierry de Bailleul, "es para nosotros una gran satisfacción anunciar la apertura de esta nueva ruta, que se enmarca dentro de la

estrategia de desarrollo de nuestro grupo en España y más concretamente en Cataluña".

Por otra parte, en el marco de su *joint venture* con Delta Air Lines, Air France continuará operando en código compartido vuelos desde Barcelona hacia Nueva York y Atlanta con siete frecuencias semanales a cada una de estas ciudades. El programa de verano del grupo se caracteriza un año más por la continuidad en su oferta de vuelos, con un total de 266 vuelos semanales (i/v), hacia Amsterdam, París-Charles de Gaulle, París-Orly, Lyon, Burdeos y Ajaccio.

✉ www.airfrance.es



Air France estrena ruta a Córcega.



Talones de Bancotel para 2010.

Bancotel distribuye su nuevo talonario para el año 2010

Bancotel ha lanzado sus nuevos talonarios correspondientes a la Campaña 2010-2011, que serán válidos desde el 27 de marzo de este año, hasta el 31 de marzo de 2011. Nuevamente, los talonarios

están disponibles en versiones de 250 euros (cuatro talones de 50 euros y cinco talones de 10 euros) y de 150 euros (dos talones de 50 euros y cinco talones de 10 euros).

✉ www.bancotel.com



Avión A320 de Germanwings.

Germanwings incorpora ruta Madrid-Colonia este verano

Para la temporada de verano, Germanwings incorpora en el mercado español en su horario de verano la ruta Madrid-Colonia con seis vuelos semanales. De esta forma durante el próximo verano la línea aérea alemana volará desde Barcelona, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife Sur,

Palma de Mallorca y Madrid al aeropuerto de Colonia/Bonn. Copenhague, con seis vuelos semanales y la isla de Santorini con un vuelo en semana son dos nuevos destinos de Germanwings para el próximo verano también desde Colonia/Bonn.

✉ www.germanwings.com

Pullmantur utiliza por primera vez A Coruña como puerto de partida

La crucerista ofrece esta temporada esta única salida desde 440 euros

Pullmantur operará su primera salida desde A Coruña el día 3 de mayo en dirección a Le Havre (Francia), a bordo del buque Empress. Este itinerario es una de las novedades de la crucerista en 2010, con una única salida en esta temporada.

Este crucero, de siete días y seis noches de duración, partirá desde Lisboa, con embarque en A Coruña el día 3 de mayo. En Santander realizará su primera escala, y desde allí continuará con un día de navegación hasta Dover (Londres), donde pasará dos días para, finalmente, zarpas rumbo a su destino en Le Havre. El precio es desde 440 euros.

✉ www.pullmanturcruises.com



Barco Pullmantur Empress.

Club NEXOTUR

Worldhotels baja los precios un 50% en 300 establecimientos

Worldhotels ofrece descuentos del 50% sobre tarifa oficial a los miembros del Club NEXOTUR.

Esta promoción especial de la cadena hotelera, sujeta a disponibilidad de los establecimientos, incluye 300

Club NEXOTUR

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

hoteles de todo el mundo. Válido excepto durante la celebración de ferias o congresos. Para ampliar la información sobre la oferta lanzada por Worldhotels puede acceder a la página [web www.worldhotels.com](http://www.worldhotels.com).

Fam Trip



TurEspaña ha organizado un viaje para 21 agentes de viajes de la India.

Agentes indios visitan Andalucía

Un total de 21 agentes de viajes procedentes de la India han participado en el encuentro empresarial Tourspain's Business Meeting: Indian Market, en el que colaborará la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y que se desarrolla en las provincias de Sevilla y Córdoba. Esta acción, organizada por TurEspaña, tiene como objetivo que estos profesionales conozcan la oferta turística andaluza de primera mano para mejorar la comercialización del destino en el emergente mercado indio. Durante su visita se han realizado una serie de talleres de trabajo entre agentes indios y empresarios andaluces.

Abama propone practicar el golf o relajarse en el día del padre con sendos programas

Abama Golf & Spa Resort ofrece para el día del padre dos propuestas diferentes según el perfil del cabeza de familia. Si lo que se prefiere es un fin de semana activo el hotel de gran lujo ubicado en Guía de Isora cuenta con la opción golf para disfrutar de dos *green fees* en el campo de Abama.

Si se prefiere la relajación, está la opción *spa* en la que el hotel ha preparado un programa especial de dos días de relajación profunda. Ambos 'paquetes' constan de tres noches de alojamiento en habita-

ción Abama Doble Deluxe, con vistas al océano y el desayuno incluido, así como una botella de vino y bombones caseros a la llegada, un regalo personalizado para el padre, la utilización de un *buggy* privado durante toda la estancia y el uso diario del Kids Club para los niños.

Aun habiendo escogido la opción golf, el 'paquete' incluye un circuito termal diario en Abama Spa. el programa de Golf está disponible por 615 euros por persona y estancia y la de *spa* por 645 euros.

✉ www.abamahotelresort.com



Abama Golf.

British Airways renueva su clase First con una cama más amplia y guardarropa

British Airways ha renovado su cabina de primera clase, incorporando mejoras como una cama un 60% más amplia, guardarropa particular y persianas electrónicas, una iluminación integrada en el entorno y adaptable a las distintas fases del vuelo, neceser y complementos creados en exclusiva, puertos USB y conectores RCA en cada asiento, pantalla individual de 15 pulgadas y conectores RCAgadas y auriculares de cancelación de ruido.

En la nueva imagen de la cabina, destaca la recuperación del tra-

dicional escudo de la compañía con la leyenda 'To Fly to serve', así como detalles que evocan los viajes de lujo en los pioneros años 20.

La cabina está formada por *suites* individuales dotadas de armario propio, escritorio de piel que se convierte en mesa para comer, pantalla de 15 pulgadas y un asiento extra para, si el cliente lo desea, poder comer junto a otro pasajero. Además, la cama incorpora un nuevo sistema de control que permite ajustar con precisión su posición.

✉ www.britishairways.com



British mejora la cabina de primera clase.

Felicidades

Esta quincena celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 de marzo

Marina Neaga, V. Vera Tours, Valencia; José M^a Calderón, V. Travelsun, Móstoles; Dory Molina, Tourazos V., San Vicente de Raspeig; Teresa Bordes Marsá, V. Maestrazgo, Vinaroz; Juan R. Marrero Morán, V. Turín, Las Palmas de G. Canaria; Juan Oliver Coll, V. Soller, Puerto de Soller; Mayte Pons, V. Menorca Tours, Mahón; Yolanda Hernández, V. Intsatour, Madrid; M^a Carmen Pedreño, V. Lain Tour, San Pedro del Pinatar; M^a del Carmen Moreno Catalá, V. Taifa, Denia.

9 de marzo

Antonio Yebes, V. Halcón, Madrid; Isabel Herrerp, Ilipa Magna V., Alcalá del Río; Rocío Ramírez Chaves, Estivaltours V., Dos Hermanas; Joaquín Rodríguez de Vera, Servi Group Travel, Benidorm; José Larrea, Años Luz, Madrid; Marian Molina, V. Riastour, Muros; M^a Carmen Moyano Martínez, V. Moyano, Terrassa; Marga Leal, V. Rascado, Pontevedra.

10 de marzo

Trinidad Díaz Ortiz, Iberplan V., Sant Feliú de Llobregat; Josep Mestres, Terres de Somriures, Barcelona; Ramón Buendía, Hai Hoteles, Madrid; Nerea Larrinaga, V. Eroski Bidaiak, Durango; Andrés Calvo, V. Lara, Olvera; Angel Pareda, V. Sin Límite, Leganés; Valentín Sancho Saavedra, V. Cemo, Barcelona; Paqui Cárdenas, V.

Rio Tinto, Huelva; Trinidad Trías, V. Mon Mar, Sant Feliú de Llobregat; Juan Carlos Barrios Izquierdo, V. Solinieve, Burgos; Antonio Denia, V. Ravermon, Barcelona; Marisa Muñoz, V. Pandora, Madrid; David Alarcia, V. Grupo 7, Madrid.

11 de marzo

José Luis Orozco, V. Tajo, Madrid; Pedro Lifante Llobera, Lifan Travel, Barcelona; M^a José Montals Guardia, V. Mallola, Esplugues de Llobregat; Plácida Sánchez, V. Castulo, Linares; Francisco José Mateos Corcho, Coria Tours, Cáceres; Francisco Muñoz, V. Ecuador, La Coruña; Francisco Núñez, V. Ecuador, La Coruña; Esmeralda Martín, Zoco-Tours, S. Sebastián de los Reyes; Isabel Gutiérrez, V. Vincit, Jerez.

12 de marzo

Meriel del Orbe, Valencia Travel Market, Valencia; Pablo Sesma, V. Plazaola, Pamplona; Rogelio Marcos Cuadrado, V. Elmine, Pozuelo de Alarcón; M^a José Cantalapedra, V. Casletur, Valladolid; M^a Amparo Miret, V. Gandía, Gandía; Alfonso Romero, V. Ruiz, Sabadell; Daniel Sadhwani, V. Orión, Palma de Mallorca; Higinio López García, L'ops Travel, Barcelona; Pilar Espinosa, V. Erotour, Socuéllamos; Aurora Gázquez, V. Halcón, Almería; Miguel A. García, Rocamar Tour, Salamanca.

13 de marzo

Jose Luis Murga, V. Barcelo, Santander; Pedro Valls, V. Tramontana, Tossa de Mar; Josep Clotet, Bomel Travel, Manresa; Cristina Cámara, V. Bellmar, San Sebastián; Marta Solei Puig, Viatges Serra, Sabadell;

José Luis Murga Somavilla, V. Barceló, Tanos; Raquel Cobos Paniagua, V. Kayambe, Alcorcón; Raúl Suárez Varela, Europcar Interrent, Madrid.

14 de marzo

Felisa Sanz, V. Eco-Color, Valladolid; David Romano Cotán, V. Glauka Arco Norte, Dos Hermanas; Noley del Carmen Díaz, V. Galapatravel, Sevilla; Juan Bellvert, V. Bellvert, Calella; Francisco Garde Pinar, V. Globotour, Madrid; Santiago García, V. Santander, Santander; Bruno Anguita, News Actividades, Madrid; Concepción Estebez Martínez, Europa Tours, Torremolinos; Maite Alcobendas, V. Bola del Mundo, Madrid..

15 de marzo

Mari Baena, Viatjes Caditravel, Manresa; José Antonio Martínez, Viatjes Xeraco, Xeraco; Patricia Guerra, Viatjes El Corte Inglés, Dos Hermanas; Vicente García, Hiper Viatjes, Valencia; Jon Arechederra, Viatjes Equinoccio, Bilbao; Margarita Caballero, Viatjes Brighton Travel, Sevilla; Virginia García, Andalucía Travel Inter, Sevilla; M^a Carmen Gisbert, Viatjes Crismar, Muro de Alcoy; Nagore Torre Ureta, Viatjes Albiztur, Munguia; Asunción Sánchez, Viatjes Piñatar, Murcia.

16 de marzo

Encarnación Sánchez Martos, Viatjes Abacco, L'Hospitalet; Marisa Arias, Viatjes Abacco, Madrid; Antonia Márquez, Viatjes Carmo, Sevilla; Marisa Arias, Viatjes Abaco Travel, Madrid; Charo García, Assessors Tecnicos d Viatges, Molins de Rey; Carmen Teresa Merino Lozano, Viatjes Nogara, Logroño; Ignacio

Guillermo Prieto, Viatjes Carnaval, Sevilla; Lola Gil, Viatjes El Corte Inglés, Tudela; Mercedes García, Viatjes Autorama, Madrid; Isabel Postigo, Viatjes Jovi Tours, Madrid; Claudia Reyes Díaz, Viatjes Marsans, Cáceres; M^a José Turrado Martínez, Viatjes Turrado, La Bañeza.

17 de marzo

Celestino Riestia, Viatjes Mytmos, Mieres; José Manuel Suárez Fernández, Asturjet Express, Oviedo; José Francisco Albarrán, Viatjes Tep, Madrid; M^a José Madueño, Viatjes Marsans, Valdepeñas; Regina Escrivá De Romani, Europ Assistance Servicios, Madrid; Carmen Escosa Gracia, Viatjes Estancias Tours, Zaragoza; Esther Acuña Benito, Royaltours, Madrid; Sonia García, Viatjes Lena, Mieres; Carolina Alonso, Viatjes ATP, Sevilla.

18 de marzo

Cándido Barbadillo, Viatjes Regina, Barcelona; Manuel García Gil, Viatjes Puerto Serrano, Puerto Serrano; Antonio Gómez Coronado, Viatjes Traveloteca.com, Madrid; Isabel García Mira, Viatjes Mazamar, Puerto de Mazarrón; Joaquín Hoyos, Viatjes Tajo, Aranjuez; Román Orihuela, Viatjes Indianatur, Pinto; Jordi Cruselles, Viatjes Tuatua, Barcelona; Alberto García Sáiz, Viatjes Manguaré, Valencia; Carlos Gómez, Viatjes Saray, Valencia; Maite Escandell, Viatjes Barceló, Palma de Mallorca; Oscar Palacios, Viatjes Jaysa, Benidorm.

19 de marzo

M^a José Burillo Brusca, Viatjes Halcón, Cazamocha; Mayte Gutierrez, Viatges Maritim, Villarcayo; Pedro Luis Talens

Tomás, Zafiro Tours, Carcaixent; Jose Luis Fernandez de Soto, Viatjes Almar, Mostotes; Francisco Armas Ramos, Caribe, Ofra; José Manuel Diedado, Viatjes Vishnu, Alicante; Gonzalo Mínguez, Viatjes Colombia, Madrid; Nuria Llmás, Viatjes Bentravel, León; Macarena Trinidad De Guzmán, Viatjes B y Q, Sevilla; M^a Jose Gonzalez, Viatjes Amaiur, Beasain.

20 de marzo

M^a Carmen Begines, Viatjes Almudeyne, Los Palacios y Villafraña; Dolores Begines, Viatjes Almudeyne, Los Palacios y Villafraña; José Miguel Losada, Viatjes Ecuador, Barcelona; Julián Sarabia Barcia, Viatjes Arthemis, Denia; Emma Peiro, Viatges Peiro, Sueca; Antonio Gancedo, Family Tours, Madrid; Arantxa Gómez, Bancotel-Protel, Madrid; Matilde Latorre, Viatjes Hispania, Alicante.

21 de marzo

Antonio Hita, Viatjes Vie, Madrid; Robert Prieto, Viatjes Wintravel, Coslada; Terio López Sáiz, Zafiro Tours, Benetusser; M^a Carmen Rodríguez, Viatjes Roma Ocio Valdemoro, Valdemoro; Eva Rollón, Viatjes Narcea, Madrid; Eduardo Martínez, Markhotel, Madrid; César Burgueño Cambre, Pluna, Madrid; Roberto Prieto, Viatjes H & T, Madrid; Antonio Delgado, Viatjes Delgado, Guadix; Carmen Serrano, Viatjes Feliptur, Ripio; José Antonio Guzmán Fernández, Viatjes Isla Verde, Algeciras; Mercedes Fernández, Viatjes Almar, Lugo; M^a Eugenia Nogal Carretero, Viatjes Enol, Oviedo; Toni Lleo, Viatges Ribes, Ribes.

club NEXOTUR



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

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

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 ☎ 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 ☎ 93 668 30 82
GUAMA	Descuento del 30% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 75% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	50% de descuento sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ☎ 913 14 14 19
BEST WESTERN	50% de descuento sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo 2 habitaciones y tres días de estancia. Válido en hoteles españoles. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009		Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ☎ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HOTELES SIDI	70 euros/noche a Miembros del Club en H. Sidi San Juan. Alicante y H. Sidi Saler, Valencia.	Habitación doble en A.D..Excepto S.Santa y de junio a septiembre. No incluye IVA. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 96 516 13 00 ☎ 96 516 33 46
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ☎ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Válido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
AVIS	5% de descuento sobre tarifa Top Vacaciones y fin de semana.	Vehículos sujetos a disponibilidad. No olvidar mencionar el código awd: W632701.	31-05-2008	Central de Reservas	☎ 902 135 531 ☎ 902 180 760
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ☎ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ☎ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
EUROPEA DE SEGUROS	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de viaje. Mod. Individual: 75,89 euros. Mod. Familiar. 138,96 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2009	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02

Hot el er ia

La inversión hotelera podría aumentar un 27% con un predominio de las operaciones de 'sale & lease back'

La consultora Aguirre Newman cree que este año podrían presentarse 'oportunidades a buenos precios'

La inversión prevista para este año en el mercado hotelero español podría incrementarse un 27% con respecto a 2009, cuando se produjeron 20 trans-

sacciones por valor de 560 millones de euros, tal y como se recoge en un informe de Aguirre Newman que precisa que las operaciones más atractivas se-

rán las de *sale & lease back*. Los fondos de inversión, inmobiliarias y los inversores institucionales han dado paso a los inversores particulares.

Si en 2009 se realizaron 20 transacciones con un valor total de 560 millones de euros, Aguirre Newman espera que en este año la inversión en el mercado hotelero español se incremente en un 27%. Esta es una de las principales conclusiones que se extraen del informe elaborado por la consultora. El estudio concreta que las operaciones más atractivas serían las de *sale & lease back*, especialmente en el caso de hoteleros que busquen desprenderse de la propiedad de algunos de sus activos "sin perder la gestión de los mismos con el objetivo de generar liquidez".

Asimismo, el informe de la consultora precisa que los fondos de inversión, compañías inmobiliarias y los inversores institucionales han dado paso a los inversores particulares, que, a través de sus *family offices*, se han convertido en los "principales protagonistas" del mercado de inversión español. Al respecto, la directora del Segmento de Hoteles de Aguirre Newman, Paloma Boceta, subraya que esperan que 2010 sea un año de "oportunidades a buenos precios" y añade que los datos del informe confirman que, conforme avance el año y en la medida que la evolución de los rendimientos operativos de los hoteles co-

mience a mejorar, "se recuperará la confianza del inversor y se empezarán a estudiar oportunidades de activos hoteleros con mayor interés".

Por otro lado, el análisis de la demanda hotelera durante el año pasado desvela un "comportamiento negativo de la mayor parte de los indicadores", con caídas "especialmente acusadas" en el Turismo internacional, señala el informe. Así, en 2009 se han registrado 77,6 millones de viajeros y 251,9 millones de pernотaciones, lo que supone un descenso del 6,5% y 6,2%, respectivamente, en comparación con 2008.

Destaca la caída de las pernотaciones de los extranjeros —de un 8,6%— frente al 3% en el caso de los viajeros españoles. La estancia media de los turistas, sin embargo, repuntó mínimamente al alza en 2009, situándose en 3,24 días. En lo que respecta a los principales mercados emisores, en 2009 Reino Unido, Alemania, Francia e Italia han sido los más importantes. Sin embargo, el número de visitantes ha sufrido un "descenso generalizado" con Alemania y el Reino Unido como los países con mayores caídas, del 12,7% y 14,1%, respectivamente.

A la hora de analizar los hoteles en auge, el estudio precisa que los pro-



Para la consultora conforme avance el año se recuperará la confianza del inversor.

yectos urbanos con categoría de cuatro y cinco estrellas continuaron adquiriendo "mayor relevancia" con respecto a ejercicios precedentes. Además, las Comunidades autónomas más representativas en cuanto a dotación de plazas hoteleras son las Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid, que concentran más del 88% de la totalidad de las plazas hoteleras españolas.

En cuanto a la oferta para el futuro, el estudio de la consultora revela que existen "alrededor de 365 proyectos que esperan abrir sus puertas durante los próximos cinco años". El 47% de ellos corresponderían al segmento urbano y el 53% al vaca-

cional, con un "especial crecimiento" de los hoteles de cuatro y cinco estrellas. Sin embargo, se estima que aproximadamente el 50% de estos proyectos paralizarán su desarrollo o retrasarán la entrega del mismo.

Por último, los expertos de Aguirre Newman han puesto de manifiesto que hay que ser conscientes de la "pérdida de peso relativo de España como destino turístico" y de la necesidad de mejorar la promoción "no sólo en aquellos mercados en los que la marca 'España' es reconocida" sino también en "nuevos mercados emergentes" con gran volumen de población en los que el ocio empieza a calar en unas clases medias-altas cada vez más numerosas, como la India, China o Brasil.

El beneficio de Sol Meliá caen un 25,6% en 2009, con algo más de 38 millones

Los beneficios de Sol Meliá se han reducido un 25,6% en 2009 frente a los de 2008, con 38,1 millones de euros que, sin embargo, "superan las expectativas del consenso de mercado". Para este año, la cadena prevé que los resultados sean "moderadamente mejores" que en 2009. HA registrado 1.148,7 millones de euros de ingresos, frente a los 1.279 millones de 2008 y, en lo que respecta al EBITDA, este indicador ha caído un 21,3%, con 202,1 millones de euros.

Sol Meliá matiza que, a partir del segundo trimestre de 2009, ha registrado una "clara evolución positiva" y un "repunte especial" a partir de septiembre, lo que coincide con la recuperación indicada por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En lo que respecta a las previsiones para este año, por áreas geográficas las ciudades españolas, uno de los segmentos más afectados por el descenso en los viajes corporativos, continuarán con la "estabilización" en los niveles de ocupación, aunque como subraya la cadena, la "todavía

evidente presión sobre los precios impide vislumbrar mejoras en el RevPAR para este segmento".

Para los hoteles vacacionales españoles, la cadena prevé una temporada "ligeramente mejor" que la de 2009 debido a una "intensificación" de los vínculos con *partners* estratégicos, sobre todo en las costas peninsulares, Menorca y Mallorca. En Europa, determinadas capitales como Londres, Roma, París o, "en menor medida", las ciudades alemanas, han experimentado ya una "tendencia positiva" que seguirá en 2010, mientras que en Latinoamérica se espera una "evolución subyacente positiva" impulsada por la recuperación del consumo en su principal mercado emisor, EE UU.

Como conclusión, Sol Meliá manifiesta que "no espera nuevos deterioros para este año", pero que sigue siendo "prudente" a la hora de pronosticar los ritmos para la recuperación y ha subrayado dos cuestiones principales, que su situación "mejora relativamente" y que "mantendrá la disciplina" durante esta fase.

Accor pierde 282 millones de euros en 2009 por los costes de reestructuración

Accor ha perdido 282 millones de euros en 2009, una cifra que contrasta con los 875 millones de beneficios de 2008. Esta entrada en "números rojos" "obedece a los costes de reestructuración y a pérdidas por impagos y depreciaciones de activos por valor de 514 millones de euros". La cadena francesa detalla que en sus resultados ha influido la existencia de depreciaciones de activos por valor de 113 millones de euros en la marca Motel 6 y de 100 millones en activos intangibles de Kadeos, además de 127 millones de costes de reestructuración.

Así, la cifra de negocio del grupo alcanza 7.065 millones de euros, lo que supone un retroceso del 8,5% con respecto al ejercicio anterior, cuando facturó 7.722 millones de euros. Sin embargo, la cadena explica que el beneficio operativo anual, de 448 millones de euros, se ha situado "dentro de la horquilla de las previsiones (entre 400 y 450 millones de euros)", aunque cae el 48,9% con respecto a 2008.

En cuanto a las previsiones para este año, el grupo francés precisa que, en lo que respecta a enero y excepto en los hoteles económicos de Estados Unidos, las tasas de ocupación han seguido estabilizándose, en línea con la tendencia que comenzó a finales de 2009.

Por otra parte, el consejo de Accor ha aprobado la escisión de sus dos negocios principales —el hotelero y el de servicios prepago— y ha señalado que, en lo que respecta al sector del alojamiento, cuenta con 4.100 establecimientos en 90 países, mientras que el de servicios "tras años de sólido crecimiento", opera en 40 países con 5.600 empleados y contó con un volumen de servicios de prepago de más de 12.000 millones en 2009. "El objetivo de la segregación es la creación de dos compañías sin lazos de capital que coticen de manera separada y además se crearán nuevas oportunidades de negocios con socios y alianzas estratégicas", ha añadido.

■ Producto

Iberostar incorpora un cuatro estrellas de 276 habitaciones en la isla de Cabo Verde

Iberostar Hotels & Resorts ha incorporado un nuevo destino turístico a su oferta, Cabo Verde, donde gestionará el Hotel Iberostar Club Boa Vista. El establecimiento cuenta con 276 habitaciones y tiene una categoría de cuatro estrellas. El hotel está situado a tres kilómetros del aeropuerto internacional y cuenta con instalaciones deportivas para practicar múltiples actividades como *nordic walking*, aeróbic, tiro con rifle, tiro con arco, beach volley, *body pump* o pilates.

Sol Meliá cuenta con nuevo hotel en Colombia, el Tryp Medellín de 140 habitaciones

Sol Meliá ha incorporado un nuevo hotel bajo contrato de franquicia en Colombia, el Tryp Medellín, perteneciente al segmento urbano. El establecimiento cuenta con 140 habitaciones y espacios para la celebración de reuniones y convenciones. La cadena ha explicado que la apertura del hotel está prevista para julio de este año y que está situado frente a la sede de los Juegos Iberoamericanos de 2010 de Medellín, la segunda ciudad más grande del país.

El Hotel AHC de Cáceres se convierte en el primer 'bajo coste' de Extremadura

El Hotel AHC de Cáceres se ha convertido en el primer establecimiento de 'bajo coste' de Extremadura. Es un hotel de 115 habitaciones con un precio promocional de 37 euros la noche y además el cliente podrá tomar un desayuno continental pagando un euro más. El hotel dispone de cafetería-autoservicio, salón social, patio luminoso-cerrado con mobiliario y con zona para fumadores, salas de formación, conferencia o para reuniones de empresa y WiFi gratuito, entre otras instalaciones.

Sheraton ampliará su cartera en 50 hoteles más, 28 de los cuales en China

Sheraton ampliará su cartera en 50 nuevos hoteles durante los próximos tres años, con una inversión de 2.913 millones de euros. Las incorporaciones se efectuarán en 15 países, como Colombia, India, Rusia y Eslovaquia, y tendrán especial relevancia las operaciones en China, donde se abrirán 28 nuevos establecimientos.

La Comunidad de Madrid destaca que, a pesar de la crisis, el Sector ha incrementado su oferta de alojamiento

Madrid cuenta con 82.894 plazas hoteleras, de las cuales el 77% corresponden a hoteles de gama alta

La Comunidad de Madrid autorizó la apertura de 30 nuevos hoteles en 2009 y actualmente cuenta con 429 establecimientos hoteles, unas cifras

"importantes", según la Administración autonómica, ya que, a pesar de la "grave crisis económica", se ha seguido "apostando por las pers-

pectivas de crecimiento". La Comunidad destaca la "modernidad" de la planta hotelera madrileña, con 154 hoteles nuevos entre 2005 y 2009.

La Comunidad autónoma madrileña cuenta con "una de las mejores ofertas de alojamiento de Europa" tanto por el número de hoteles como por la calidad de los mismos, según la Administración, que ha precisado que a día de hoy Madrid cuenta con 331 hoteles de tres, cuatro o cinco estrellas con 75.012 plazas, lo que representa el 90,5% del total.

En este sentido, en los dos últimos años se ha pasado de 401 hoteles abiertos a 428 al finalizar el año 2009, lo que supone 27 establecimientos más con un crecimiento del 6,73%. Además, la Comunidad ha destacado la "modernidad" de la planta hotelera madrileña, ya que sólo en los últimos cinco años —del 2005

al 2009— se han autorizado 154 hoteles con casi 26.000 nuevas plazas. El mayor aumento se ha producido en los hoteles de cuatro estrellas con 68 nuevas autorizaciones, de tres estrellas se han autorizado un total de 43 y ocho establecimientos de cinco estrellas.

De esta manera, la apuesta empresarial ha repercutido "muy positivamente también en el empleo", ya que "sólo en el sector del alojamiento madrileño se contabilizan casi 20.000 personas afiliadas a la seguridad social", tal y como ha subrayado el Ejecutivo.

Finalmente, la Comunidad ha señalado que la oferta turística de Madrid es "muy amplia y variada" y pre-

cisamente éste es "uno de los motivos por los que la región es destino preferente para los turistas".

De hecho, el Sector Turístico madrileño ha cerrado 2009 con "cifras y resultados mejores que el conjunto de España y Europa", de forma que la región se sitúa por volumen total de turistas como el "tercer destino de España por delante de Comunidades con mayor tradición en este sector como Baleares, Valencia o Canarias". La Comunidad es "referente" como destino de negocios, compras, cultura y gastronomía y ofrece una "amplia variedad" de establecimientos para todos los gustos, concluye la Administración autonómica.



Madrid cuenta con 75.012 plazas.

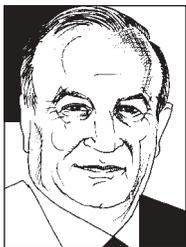
EE UU ha sido el principal mercado emisor para Best Western en España durante 2009

Otros emisores importantes han sido Reino Unido, Italia, Alemania y Francia

Estados Unidos ha sido en 2009 el primer mercado emisor de Best Western en España y Portugal, con más del 21% del total de las pernoctaciones. Otros

mercados importantes para la cadena hotelera, además del doméstico de la península Ibérica, fueron el Reino Unido, Italia, Alemania y Francia.

La cadena ha explicado que una de sus "principales características y ventajas" en la Península Ibérica es la "gran presencia" de clientes internacionales, ya que más del 90% de los clientes de Best Western en España y Portugal canalizados a través de su propio sistema de reserva son "internacionales de carácter individual con un gasto medio superior a los nacionales".



José Luis Diana

A continuación del mercado estadounidense aparecen los clientes procedentes del Reino Unido, con el 9,98%, Italia con el 9,46%, Alemania con el 7,89% y Francia con el 6,69%. Al respecto, el director general de Best Western en la Península Ibérica, José Luis Diana, ha destacado que el perfil internacional de los clientes en España y Portugal es "muy interesante" para los hoteles

de la cadena, "especialmente en el momento actual de salida de la crisis".

"La razón es que sus estancias son menos estacionales que las de los peninsulares, también son superiores en días y gasto y son clientes muy fieles a la cadena en todo el mundo en un alto porcentaje", ha añadido. Finalmente, Diana ha precisado que Best Western puede atraer a este tipo de clientes debido a su "extensa red de comercialización en todo el mundo y al poder de su marca", con más de 60 años de historia.

El director de High Tech Hoteles apuesta por el Turismo cultural para la ciudades

Fernández Casado ha participado en un congreso sobre centros históricos

El director general de High Tech Hoteles, Antonio Fernández Casado, ha destacado en la segunda jornada del 'Congreso de centros históricos en el siglo XXI'

que el futuro del sector pasa por el Turismo cultural y cualitativo, de estancias "cortas y repetitivas", que atrae a visitantes con un alto poder adquisitivo.

Antonio Fernández Casado ha recordado que High Tech Hoteles tiene prevista la apertura de un segundo establecimiento hotelero en el casco viejo bilbaíno en los próximos meses, por su "ubicación *prime*, la oferta de plazas limitada en la zona y porque contará con un número de habitaciones humano".

Por su parte, el catedrático de la Universidad Complutense Miguel Ángel Troitiño ha señalado que uno de los problemas "fundamentales" de los centros históricos de las ciu-

dades es la "correcta gestión de la llegada masiva de turistas". Troitiño ha defendido que la inserción equilibrada del Turismo "requiere asumir la singularidad física, simbólica y funcional de los paisajes urbanos históricos y no pedirles más de lo que pueden dar".

Estrategias de intervención

El 'Congreso de centros históricos en el siglo XXI' ha contado con la participación de representantes de

asociaciones de comerciantes, cámaras de comercio, municipios y organismos públicos españoles que han analizado las actividades económicas y las estrategias de intervención y de *marketing* que se pueden llevar a cabo en estas zonas concretas de las ciudades.

Así, se ha debatido entre otras cosas sobre el papel de estos "enclaves emblemáticos" de las ciudades en la era de la globalización, "analizando las dinámicas que se han llevado a cabo hasta la fecha".

NH ingresa 57 millones de euros por la venta de tres hoteles en México

NH Hoteles ha vendido tres hoteles de su propiedad en México por 57 millones de euros, siguiendo con la "estrategia de desinversión de activos" que anunció el año pasado. Por el mismo acuerdo la cadena ha cedido la gestión de tres establecimientos de Krystal, una operación en la que se incluye la venta de dicha marca hotelera. La cadena presidida por Gabriele Burgio ha vendido tres hoteles que operaba bajo contratos de franquicia con la marca Hilton: el Hotel Hilton Guadalajara de 450 habitaciones, el Hilton Garden Inn Monterrey de 150 habitaciones y el Hilton Garden Inn Ciudad Juárez de 120 habitaciones. Además, el acuerdo contempla la cesión de los contratos de gestión de otros tres establecimientos en México: el NH Krystal Cancún de 385 habitaciones, el NH Krystal Puerto Vallarta de 512 y el NH Krystal Ixtapa de 255 habitaciones.

Los seis establecimientos hoteleros se incorporaron a la cartera de NH Hoteles en 2001, cuando la cadena inició sus actividades en México. A partir de ahora, la compañía hotelera "concentrará su actividad en México en el segmento urbano", donde cuenta con 11 establecimientos hoteleros y 1.770 habitaciones en las "principales ciudades del país" como México D.F., Guadalajara o Monterrey. Además, la cadena tiene previsto abrir dos establecimientos: el NH Querétaro que dispondrá de 140 habitaciones y el NH Valle Dorado en México D.F. de 130 habitaciones, en abril y junio, respectivamente.

Producto

Travelodge prevé aumentar su cartera en España con un nuevo hotel en Sevilla

Travelodge prevé inaugurar en el primer trimestre de 2011 un nuevo hotel en Sevilla, que contará con una inversión de 61 millones de euros. Esta operación se enmarca dentro de la expansión de la cadena por la capital andaluza, Barcelona y Valencia. Su directora de Marketing y Ventas en España, Maribel Rodríguez, precisa que la cadena está "a un par de pasos burocráticos" de comenzar los trabajos de reconversión del edificio a través de la promotora inmobiliaria Citygrove Developments España.

Cantabria contará antes del año 2012 con dos Paradores-museo

El parador Gil Blas de Santillana del Mar y el de Limpias, ambos en Cantabria, se convertirán en Paradores-museo antes de 2012, como ha anunciado el presidente de la cadena pública, Miguel Martínez. Martínez se ha referido al "compromiso" de Paradores para "potenciar y difundir la cultura, el arte, la historia y la gastronomía de España", para lo que se ha diseñado el proyecto de 'museización' de los establecimientos. Según el presidente de la red, esta iniciativa servirá para atraer a la región a un mayor número de turistas.

Fuerte Hoteles aplica un nuevo plan de autoprotección de emergencias en sus hoteles

Fuerte Hoteles ha puesto en marcha un nuevo plan de autoprotección de emergencias con un simulacro de evacuación en las instalaciones del Fuerte Miramar en Marbella (Málaga) para poner en práctica las sesiones teóricas recibidas y mostrar al personal cómo se debe actuar "de forma segura y coordinada" ante posibles contingencias. El programa, ideado de acuerdo a las directrices propuestas por la asesoría externa de Fremap se presentará además a la Junta de Andalucía para su posterior certificación.

El Hotel Avant obtiene el certificado de accesibilidad que otorga Equalitas Vitae

Equalitas Vitae ha concedido al recién inaugurado Hotel Avant Aeropuerto de Torrejón de Ardoz la categoría de 'Adaptado en Materia de Accesibilidad y Adaptabilidad' para personas con problemas de movilidad reducida. Equalitas Vitae ha explicado que se trata de un establecimiento de cuatro estrellas que supone el primer hotel de un complejo turístico que Avant está construyendo en la localidad madrileña.

La 'website' de Centrhôtel ofrece sus hoteles de ciudad en España

Centrhôtel presenta en su web la relación y la descripción general de sus hoteles urbanos en ciudades españolas, incluyendo alguna información sobre la cadena y la posibilidad de solicitar reservas, que quedan pendientes de cotización y confirmación.



www.centrhôtel.com

El grupo hotelero Centrhôtel, con sede en Barcelona, informa en su 'sitio' en Internet sobre sus hoteles urbanos situados en ocho ciudades españolas. Ofrece una información general del establecimiento en una sola pantalla, aunque ofrece otra con sus precios, que en el momento de la prueba realizada no estaban disponibles. Para la gestión de reservas ofrece al cliente final únicamente la posibilidad de rellenar un formulario de solicitud, sin informar previamente del coste de la reserva. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Se accede a la información de cada hotel desde un plano de España o desde una relación de hoteles por ciudad. Ofrece una descripción limitada del hotel, con algunas fotografías, su plano de situación y la relación de sus servicios. Ofrece una pantalla de precios sin información.

RESERVA

Su sistema de reservas, dedicado únicamente al cliente final, sólo ofrece un formulario para solicitar una reserva, a la que se responde posteriormente. No incluye información de sus tarifas ni informa del precio de la reserva. También ofrece la dirección de correo de su central.

GENERAL

La página incluye una información muy general sobre la cadena y sus tipos de establecimientos, una página de bienvenida y su dirección, teléfono, fax y dirección de correo. Aunque ofrece el acceso a la política de privacidad y a un aviso legal, por el momento no existen.

▲ Lo Mejor / Presentación

Dispone de un correcto diseño de pantallas y una estructura de accesos amigable, que permite una fácil gestión.

▼ Lo Peor / Reservas

Sólo incluye un formulario para solicitar reservas *on request*, sin información de tarifas, ni cotización previa.

CENTRHOTEL / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Centrhôtel ofrece muy poco interés a los profesionales de Turismo, ya que sólo pueden consultar en ella las características generales de sus hoteles de ciudad, pero sin ninguna información de precios ni posibilidad de gestionar reservas *online*.

5,1



Entrada / Presenta únicamente una bienvenida a la página y el acceso a los hoteles y al formulario de reserva.



Producto / Desde un mapa o una relación se accede a una información general del hotel en una única pantalla.



Reserva / No dispone de una cotización ni de reserva *online*. Sólo ofrece un formulario para solicitar una confirmación posterior.

El 'sitio' de Centauro presenta sus vehículos de ocasión y de alquiler

Centauro Rent a Car ofrece en su página en Internet un sistema muy completo de información de vehículos en alquiler y venta en la costa mediterránea española, incluyendo la gestión de sus reservas, pero que no es válida para las agencias de viajes.



www.centauro.net

La empresa Rent a Car del Grupo Centauro presenta, únicamente al cliente final, una página de diseño adecuado y de fácil uso con una completa información sobre la empresa, sus distintos tipos de vehículos y la situación de sus oficinas en todo el área mediterránea. También incluye la descripción de rutas turísticas en esas zonas, un sencillo sistema de reservas —válido únicamente para el cliente final— y un formulario para la compra de vehículos de ocasión. Por otro lado, la página dispone de versiones en castellano, inglés, alemán, francés y sueco.

INFORMACIÓN

Se accede a la información de sus delegaciones desde la primera pantalla en un mapa y en una relación. También informa sobre sus vehículos de alquiler y de ocasión por tipo, incluyendo un formulario para solicitar información sobre los coches en venta.

RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas para cliente final, que puede estar registrado, con pago a la recogida del vehículo con la tarjeta que se indique. Permite el acceso posterior a la reserva, para su modificación, cancelación, impresión del bono o pago anticipado.

GENERAL

Ofrece una amplia información sobre el Grupo Centauro y el enlace con el resto de sus empresas turísticas y su Centauro Gold Club. También incluye una dirección para la solicitud de empleo, algunas ofertas y un área sobre rutas turísticas en el entorno de sus oficinas.

▲ Lo Mejor / Completa

Es una página completa y de fácil uso, tanto para el alquiler como para la compra de vehículos de ocasión.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Los profesionales de Turismo no disponen de ninguna información específica, ni pueden gestionar sus reservas.

CENTAURO / Rent a Car

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de su amplia oferta en una zona limitada pero de interés, Centauro.net resulta de muy poca utilidad para los agentes de viajes, que pueden consultar sus vehículos y sus precios, pero no disponen en ella de la posibilidad de gestionar *online* sus reservas.

6,9



Entrada / Presenta el acceso a toda su información sobre alquiler y venta de coches y la primera pantalla de reservas.



Producto / Permite consultar la ficha de los vehículos por tipo e incluye un mapa y un listado de sus oficinas.



Reserva / Su sistema de reservas ofrece las alternativas, con información y precio de cada vehículo disponible.

Panamá describe de forma escasa sus recursos turísticos en Internet

La página oficial de Turismo de Panamá ofrece, con un cuidado diseño, la relación de todos sus temas de interés para un viajero en el país, aunque con descripciones muy reducidas en la mayoría de los casos y sin incluir ningún tipo de gestión de reservas.



www.visitpanama.com

La página de la **Autoridad de Turismo de Panamá** ofrece a sus posibles visitantes un sistema de información muy amigable que, aunque incluye una completa relación de todos sus atractivos y servicios turísticos en el país, sus descripciones de los temas de interés son muy limitadas. En cambio, de los servicios sólo ofrece su dirección, formas de contacto y, en algunos casos, el enlace con su *web*. También ofrece un planificador a los usuarios registrados y alguna colaboración con empresas de Turismo. Presenta versiones en castellano, inglés y portugués.

INFORMACIÓN

Se puede consultar su información por zona o seleccionando por tipo de actividad. Presenta en cada caso una amplia relación de temas de interés turístico, pero sólo ofrece una descripción muy general de las zonas y una relación de las actividades que ofrece.

RESERVA

Ofrece relaciones de todos los tipos de servicios turísticos en el país, distinguiendo en algunos, como los alojamientos, las distintas modalidades. Pero en cada caso sólo incluye de cada proveedor sus formas de contacto y el enlace con su página cuando existe.

GENERAL

Incluye secciones de información sobre Panamá, su historia, su cultura y un área de noticias y eventos. Ofrece a empresas acuerdos de publicidad compartida y a los usuarios registrados la posibilidad de acceder a un planificador de viaje y descargar contenidos multimedia.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de diseño y estructura muy adecuados para facilitar al usuario un fácil acceso a todas sus áreas.

▼ Lo Peor / Información

Aunque incluye la referencia a múltiples servicios y atractivos turísticos, su descripción de los mismos es muy limitada.

PANAMA / Destino

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página oficial de Turismo de Panamá ofrece a los agentes de viajes una amplia relación de sus atractivos y servicios turísticos por tipo y zona. Sin embargo, lo limitado de la información de cada tema y no disponer de gestión de reservas, reducen significativamente su utilidad.

6.1



Entrada / Presenta el acceso a la información general de Panamá y a los diferentes tipos de información turística que ofrece.



Producto / Permite consultar sus temas de interés por situación o por tipo de recurso del que informa de forma muy general.



Reserva / Ofrece una relación de servicios por tipo y zona, únicamente con su información de contacto y el enlace con su *web*.

Interjoven.com facilita la reserva de algunos albergues en Andalucía

La página de Interjoven presenta, con una sencilla estructura que facilita su uso, la información sobre albergues y otras actividades turísticas, así como su reserva, que ofrece únicamente a viajeros que dispongan de alguno de los carnets homologados.



www.interjoven.com

Instalaciones y Turismo Joven, empresa dependiente de la Junta de Andalucía, ofrece esta página *web* a jóvenes y otros viajeros donde informa sobre la empresa, sus condiciones de contratación y ofertas de empleo, así como sus albergues en Andalucía, 'paquetes' de viaje y otras actividades como cursos de idiomas, escapadas, nieve u organización de eventos. Asimismo, dispone de una sencilla gestión de reservas de gran parte de su oferta, que sólo es válida para los poseedores de un carnet de alberguista, joven, estudiante o profesor.

INFORMACIÓN

Ofrece albergues, actividades y 'paquetes'. Se accede a los albergues en una relación o un mapa, ofreciendo una información muy completa pero en demasiadas pantallas de acceso muy lento. Del resto ofrece los tipos, una relación y una descripción general.

RESERVA

Su sistema de reservas cubre albergues y también actividades y 'paquetes', estos dos últimos no siempre disponibles. Se efectúa fácilmente en cinco pasos y permite el mantenimiento posterior de la reserva, disponible sólo para poseedores de algún carnet válido.

GENERAL

Ofrece un área muy completa de información sobre la empresa, su organización y estructura y certificados de calidad, además de sus normas de contratación a proveedores, información sobre plazas vacantes y concursos de contratación de empleados.

▲ Lo Mejor / Completa

Ofrece un servicio muy completo de información y reservas de sus servicios a los usuarios poseedores de carnet.

▼ Lo Peor / Lentitud

El tiempo de respuesta en todas las pantallas del sistema, al menos durante las pruebas realizadas, es muy mejorable.

INTURJOVEN / Centrales

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Interjoven, enfocada exclusivamente a viajeros con algún carnet concreto, no ofrece ninguna posibilidad de gestión a los profesionales de Turismo, ya que incluso la gestión de eventos en sus albergues parece estar limitada a este tipo de usuarios.

5.8



Entrada / Presenta un área de accesos a sus servicios, otra a la información de la empresa y un grupo de anuncios.



Producto / Ofrece una relación y un mapa de sus albergues, con una descripción muy completa en múltiples pantallas.



Reserva / Dispone de una gestión de reservas en cinco pasos, válido únicamente para usuarios con alguno de sus carnets.

Indicadores

EL PULSO

Fin de año estable

CON LOS DATOS de diciembre ya se puede concluir que 2009 tuvo un final de año bastante tranquilo, dentro de lo que hay. No es que se iniciara ningún tipo de recuperación, pero al menos el ritmo de caída se mantuvo constante y no se agravó. De ahí a tocar fondo casi no hay nada



JOSÉ ARQUERO

y a partir de ese momento ya se debería empezar a apreciar un cambio de tendencia. Cambio que aún no se ha dado pues efectivamente en diciembre

todavía se registraron descensos, aunque inferiores a los de meses anteriores. Y la conclusión es igualmente válida para Receptivo y Emisor pues en ambos se produce el mismo tipo de movimiento, aunque con el resultado de un descenso en el Receptivo del orden del 9%, mientras que en el Emisor la caída supera el 15% en el conjunto del año.

Por lo menos el gasto turístico apunta buenas maneras en 2010, con alza en enero del 3,3% en total y del 1% por persona, gracias a un aumento en el número de turistas del 2,4%.

Previsión

Dólar USA
8.3.2010
1,358 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,422 \$/€
	6 Meses	1,420 \$/€
	12 Meses	1,418 \$/€

Yen Japonés
8.3.2010
121,480 ¥/€

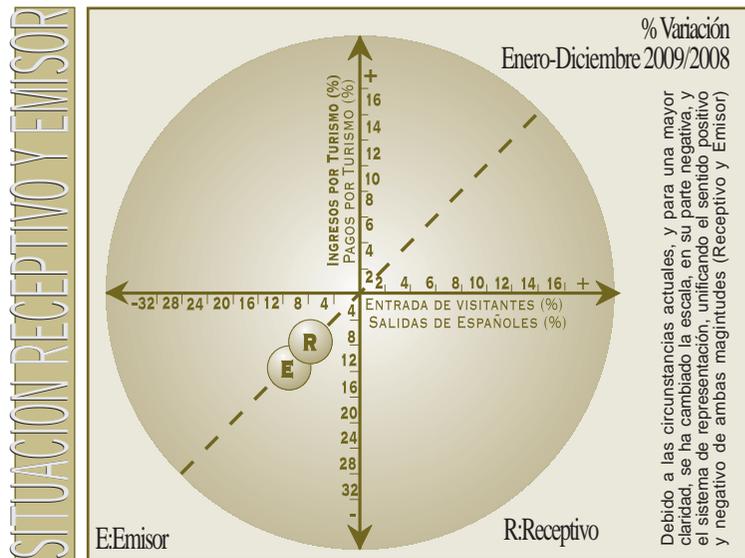
Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	122,835 ¥/€
	6 Meses	122,616 ¥/€
	12 Meses	122,545 ¥/€

Libra Esterlina
8.3.2010
0,903 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,901 £/€
	6 Meses	0,900 £/€
	12 Meses	0,900 £/€



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

RENANZO A LA BAJA del euro en torno a los 1,35 dólares, una vez conjutados los fantasmas de la especulación, al menos por el momento, y atemperados los temores sobre Grecia. A ver cuánto dura, antes de que la siguiente burbuja (la irlandesa, o incluso la española) estalle. Pero el caso es que de momento el declive se ha parado, y sin nece-

sidad de tocar los tipos de interés, que siguen bajos con la intención de animar la actividad económica y con ella el crecimiento en toda Europa. No quiere esto decir que todo riesgo sobre el euro haya desaparecido, pues la incertidumbre general hace que todos los mercados sean muy frágiles y sensibles a cualquier noticia. Pero mientras tanto, la estabilidad favorece al Emisor.

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	62,87	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,09
ALBANIA	Lek	139,51	DIJIBOUTI	Franco	238,14	LIBANO	Libra	2.043,24	RUSIA	Rublo	40,52
ANGOLA	Kwanza	123,09	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,67	LIBERIA	Dólar	96,62	SALOMON	Dólar	10,81
ANT. NEERL.	Guilder	2,44	ECUADOR	Dólar	34.020,00	LIBIA	Dinar	1,71	SAMOA OCC.	Tala	3,46
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	7,46	MACAO	Pataca	10,88	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,67
ARGELIA	Dinar	99,16	EL SALVADOR	Colón	11,90	MACEDONIA	Denar	61,78	SANTA HELENA	Libra	0,90
ARGENTINA	Peso	5,25	ERITREA	Nakfa	20,41	MADAGASCAR	Ariary	2.932,53	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,67
ARMENIA	Dram	527,31	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,58	SAO TOME	Dobra	24.501,20
ARUBA	Florin	2,44	ETIOPIA	Birr	18,27	MALAWI	Kwacha	205,21	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,50	FIJI	Dólar Fiji	2,65	MALDIVAS	Rupia	17,42	SERBIA	Dinar	99,77
AZERBAIJAN	Manat	1,10	FILIPINAS	Peso	62,68	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	16,04
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,36	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,90	SIERRA LEONA	Leone	5.251,34
BAHRAIN	Dinar	0,51	GAMBIA	Dalasi	36,47	MARRUECOS	Dirham	11,20	SINGAPUR	Dólar	1,90
BANGLADESH	Taka	94,25	GEORGIA	Lari	2,34	MAURICIO	Rupia	41,50	SIRIA	Libra	62,39
BARBADOS	Dólar Barbados	2,72	GHANA	Cedi	1,93	MAURITANIA	Ouguiya	357,21	SOMALIA	Shilling	1.993,57
BELIZE	Dólar Belize	2,65	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,67	MEXICO	Peso	17,23	SRI LANKA	Rupia	155,39
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,36	MOLDAVIA	Leu	17,35	SUAZILANDIA	Lijangeni	10,12
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,36	GUATEMALA	Quetzal	10,91	MONGOLIA	Tugrik	1.942,54	SUDAFRICA	Rand	10,12
BHUTAN	Ngultrum	62,06	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,16
BIELORRUSIA	Rublo	4.008,92	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTSERRAT	Dólar	3,67	SUECIA	Corona	9,69
BOLIVIA	Boliviano	9,55	GUINEA ECUAT.	Franco	6.844,83	MOZAMBIQUE	Metical	44,31	SUIZA	Franco	1,46
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	276,91	MYANMAR	Kyat	8,72	SURINAM	Dólar	3,74
BOTSWANA	Pula	9,25	HAITI	Gourde	54,09	NAMIBIA	Rand	10,12	TAILANDIA	Baht	44,43
BRASIL	Real	2,42	HONDURAS	Lempira	25,71	NAURU	Dólar	1,50	TAIWAN	Dólar	43,43
BRUNEI	Dólar Brunei	1,90	HONG-KONG	Dólar	10,56	NEPAL	Rupia	99,29	TAJIKISTAN	Somoni	5,94
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	266,38	NICARAGUA	Gold	28,60	TANZANIA	Shilling	1.844,57
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	62,06	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.673,79	INDONESIA	Rupia	12.567,00	NIGERIA	Naira	204,81	TONGA	Pa'anga	2,62
CABO VERDE	Escudo	100,50	IRAN	Rial	13.461,70	NORUEGA	Corona	8,02	TRINIDAD	Dólar	8,64
CAMBOYA	Rial	5.670,45	IRAQ	Dinar	1.583,97	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,96	TUNEZ	Dinar	1,88
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,12	OMAN	Rial	0,52	TURKMENISTAN	Manat	19.343,80
CANADA	Dólar Canada	1,40	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	115,16	TURQUIA	Lira	2,10
CHILE	Peso	693,12	ISLANDIA	Corona	174,11	PANAMA	Balboa	1,36	TUVALU	Dólar Australiano	0,67
CHINA	Yuan (o)	9,29	ISRAEL	Shekel	5,14	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,73	U.E.A.	Dirham	5,00
COLOMBIA	Peso	2.586,68	JAMAICA	Dólar	121,49	PARAGUAY	Guaraní	6.388,97	UCRANIA	Hryvnia	10,86
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	123,23	PERU	Nuevo Sol	3,86	UGANDA	Shilling	2.788,28
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,96	POLONIA	Zloty	3,87	URUGUAY	Peso	26,54
CONGO (R.D.)	Franco	1.247,65	KAZAKHSTAN	Tenge	200,41	PUERTO RICO	Dólar USA	1,36	UZBEKISTAN	Sum	2.095,67
COREA NORTE	Won	1,77	KENYA	Shilling	104,37	QATAR	Rial	4,95	VANUATU	Vatu	136,14
COREA SUR	Won	1.552,16	KIRGUISISTAN	Som	60,90	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,84
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,50	R. DOMINICANA	Peso	49,33	VIETNAM	Dong	25.977,70
COSTA RICA	Colón	745,98	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,90	YEMEN	Rial	292,94
CROACIA	Kuna	7,27	LAOS	Kip Pot Po	11.505,60	REP. CHECA	Corona	25,64	ZAMBIA	Kwacha	6.327,72
CUBA	Peso Cubano (o)	1,36	LESOTHO	Maluti	10,12	RUANDA	Franco	779,39	ZIMBABUE	Dólar	515,34

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-Diciembre 2009	38.105 M €	-9,1% (anual)	Fin de año sn sorpresas
Pagos por turismo	Enero-Diciembre 2009	11.897 M €	-14,0% (anual)	Se mantuvo la caída
Entrada de visitantes	Enero-Diciembre 2009	52.231.099 M	-8,7% (interanual)	Importante reducción anual
IPC (Hoteles)	Enero 2010	99,597 (índice)	-1,7% (interanual)	Baja a primeros de año

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 1º 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, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmarty (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3º 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 2º 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 3º MADRID	☎ 902020702
GUAMA SA Po. de la Habana, 28 MADRID	☎ 91-7823787 Fax 91-5643918
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425 30 66 Fax 93 425 38 07

HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º 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 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDOCOLOR 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 4ºC 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 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-320396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDOCOLOR 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 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRASPATUR 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/ Trespaderno 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp.ta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespadero, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	☎ 902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1ºD 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

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 1º 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 3ºB MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOCARES GARCÍA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	☎ 91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	☎ 91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	☎ 91-4118324 Fax 91-5626650
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743

Cadenas hoteleras

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordaz, 3-3º 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 3º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
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 2º Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Americas, cc.Americas PzL26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECNINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Frale, 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, 6º 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 Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

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 2º 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 1º MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 ☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreatico BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914

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. Adeguarse 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!

Mesinero-Romanos Abogados C/ José Abascal 48 Dup. 4º
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: fetislam@yahoo.com, alarif_3@hotmail.com

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Aumenta la demanda de agentes de viajes y guías turísticos

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

■ **Viajes Terral.** Agencia de viajes. Madrid. Necesitamos agente para la venta de viajes a medida a destinos de media y larga distancia y viajes de novios. La persona seleccionada colaborará con diferentes departamentos de la empresa. Requisitos: experiencia de un año en ventas de media y larga distancia, manejo de sistema de reservas Amadeus, persona proactiva y emprendedora, capacidad de trabajo en equipo y nivel intermedio de inglés. C.V.: info@viajesterral.com.

■ **Senas de Europa.** Agencia de viajes mayorista. Madrid. Se precisa comercial para visitar agencias de viajes en Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Aragón. Requisitos: se requiere implicación en el trabajo, carné de conducir, vehículo propio. También se valorará cartera de clientes y experiencia en un puesto similar. C.V.: comercial@sendaseuropa.com.

■ **Viajes Marago.** Agencia de viajes. Santa Cruz de Tenerife. Guía acompañante para circuitos turísticos en la Península. Requisitos: experiencia mínima de un año. C.V.: viajesmarago@viajesmarago.com.

■ **Viajes Neptuno.** Agencia de viajes. Alcobendas (Madrid). Agencia de viajes busca auxiliar para departamento de administra-

ción. Requisitos: Manejo de Excel y ofimática. C.V.: financiero@travelstore.es.

■ **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. 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 gestión 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.

■ **Viajes Eco.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes 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.

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

■ **Mapat Tours!** 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.

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 o guía turístico.** 26 años. Madrid. masforito@msn.com.

■ **Agente de viajes.** 37 años. Barcelona. montsenoguera@yahoo.es. ☎ 687 71 88 32.

■ **Agente de viajes.** 37 años. Madrid. yesicaacosta77@gmail.com.

■ **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. diana-milan@hotmail.com. ☎ 661 68 07 84.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Gran oferta de cruceros

↑ Crucemar ha incluido en la nueva versión de su web, además de la amplia **información** sobre todo tipo de cruceros de múltiples navieras que ya existía en la anterior, la posibilidad de reservar *online* en algunas navieras o solicitar presupuestos de las demás.

↑ Por su amplia oferta y adecuada información resulta de **utilidad**.

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



<http://www.crucemar.com>

Hoteles de vacaciones

↑ El 'sitio' de Best Hotels en Internet ofrece, con un diseño y estructura adecuados, la **información** sobre sus alojamientos de vacaciones en la Península y las islas y un correcto sistema de reservas, que no es válido para los profesionales de Turismo.

⇒ Su **utilidad** está limitada a viajes de vacaciones y al cliente final.

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



<http://www.besthotels.es>

Vuelos al Reino Unido

↑ La compañía aérea de 'bajo coste' Monarch ofrece en su página en Internet la posibilidad de que las agencias registradas reserven sus vuelos. Presenta una gestión muy sencilla, con una **información** muy completa de sus tarifas y ofertas.

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

↑ Su sistema de **reservas** dispone de funcionalidad para las agencias.



<http://www.monarch-airlines.com>

Transporte terrestre

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

↑ Por sus servicios y su amplia cobertura es **útil** para las agencias.

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



<http://www.movelia.es>

El 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 amplio conjunto de información resulta de **utilidad**.

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



<http://www.visitaecuador.com>

Congresos en 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 un congreso.

↑ Resulta de **utilidad** para los organizadores de eventos.

↓ No incluye ningún tipo de gestión de **reservas** en la página.



<http://www.palaciocongresosmadrid.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Fiestas de interés turístico

✓ Anuncio de licitación, procedimiento abierto, tramitación ordinaria, de la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria, del contrato para la ejecución del programa de marchas turístico culturales por Cantabria 2010 'Por los Caminos de Cantabria' y 'Cantabria en el Camino'.

✓ Resolución de 22 de enero de 2010, de la Consejería de Turismo de la Comunidad Valenciana, por la que se otorga la declaración de San Vicente de Nules como fiesta de interés turístico local de la Comunidad.

✓ Resolución nº 42/2010, de 21 de enero de 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 nº 14/2010, de 1 de febrero de 2010, de la Directora General de Turismo, por la que se dictan las normas para la obtención de la habilitación como guía turístico en La Rioja.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Escapadas a hoteles de lujo

Colección 2010 de Hoteles de Lujo. Experiencias y Más

La web www.experienciasymas.com ha lanzado la Guía de Hoteles 2010, destinada a los amantes de las escapadas y de los viajes de lujo. Gracias a esta nueva edición, disponible en español e inglés, los lectores podrán acceder a una selección de 50 alojamientos hoteleros caracterizados por ofrecer experiencias únicas para viajes románticos, escapadas gastronómicas, citas de negocios o simplemente estancias placenteras. La Guía de Hoteles 2010 es la herramienta idónea para conocer hoteles especiales. De los 50 establecimientos seleccionados, 12 de ellos están en el Mediterráneo.

La publicación ofrecida por la web www.experienciasymas.com permite a los amantes de esta clase de viajes conocer y tener información de primera mano para así poder seleccionar entre que más se adecuen a sus necesidades. Asimismo, en el citado 'portal' también se ofrece la posibilidad de acceder de forma gratuita a la información. Entre los hoteles seleccionados podemos encontrar el Hotel Le Meurice en París, con vistas a los históricos jardines de Las Tullerías o el Hotel



La Mamounia, un palacio de diseño árabe-andaluz en Marrakech. Entre la amplia selección de hoteles españoles destacan la Hacienda Benazuza el Bulli Hotel en Sevilla, el Hotel Marqués de Riscal, enclavado entre viñedos de la rioja alavesa, o el Hotel AC Santo Mauro, ubicado en pleno centro de Madrid.

CURSOS

Muchoviaje.com ofrece formación

Cursos de agentes de viajes a través de la 'web' de la agencia

El 'portal' Muchoviaje.com ha puesto en marcha un proyecto orientado a fomentar la creación de empleo. La agencia de viajes ofrece, a través de su web, un curso de agentes de viajes online. Aquellas personas interesadas en desarrollar su carrera profesional en el Turismo y que cuenten con título de Bachillerato, LOGSE, COU, FP II o equivalente, podrán inscribirse en este curso. El coste del mismo es de 2.000 euros, y una vez concluido tendrá la posibilidad de trabajar en la agencia online, además de recibir un diploma acreditativo. El curso impartido por Muchoviaje en colaboración con Área de Formación y Estudios (AFE) profundiza en aspectos como el proceso productivo en una agencia de viajes, herramientas informáticas de gestión de reservas, legislación, calidad y atención al cliente. Para más información escribir a la dirección formacion@muchoviaje.com.

CALENDARIO

Citas en los meses de marzo y abril

● 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.

● Del 24 al 26 de abril de 2010, Congreso Europeo sobre Turismo y Gastronomía, Madrid. La ciudad se convertirá en la capital del Turismo gastronómico europeo. Expertos procedentes de la Unión Europea se reunirán en el primer Congreso Europeo sobre Turismo y Gastronomía, organizado por el Instituto de Turismo de España (TurEspana) y la Real Academia de Gastronomía Española. Durante el acto, los expertos abordarán el fenómeno del Turismo gastronómico desde las perspectivas de la oferta y la demanda, además de identificar problemas, aportar soluciones y detectar oportunidades.

Suscribase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

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

D./D*:

Agencia:

Dirección:

Ciudad: Prov.:

C. Postal: CIF:

Tel: (.....) Fax:

e-mail:

Fecha de nacimiento:-.....-19.....

Firma:

* Precio y promoción sólo válidos para España

Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39

NEXOTUR

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

SUBEN

▲ Inmaculada Almeida



La directora general y fundadora del Grupo Almedia Viajes, Inmaculada Almeida, ha sido galardonada con el Premio Emprendedor. Almeida ha destacado que este premio supone "un impulso para seguir trabajando en la línea que lo estamos haciendo".

▲ Francisco Fernández



Ayre Hoteles, la marca urbana del Fiesta Hotel Group, ha nombrado a Francisco Fernández director Comercial. Fernández es Diplomado Universitario en Dirección de Empresas y Actividades Turísticas y cuenta con una amplia experiencia en el sector hotelero.

▲ Rivero Delgado



Rivero Delgado ha sido nombrada directora del Hotel Villa Padierna, ubicado en Marbella. Delgado suma a su cartera de responsabilidades el liderazgo de las estrategias globales del establecimiento hotelero con el fin de reforzar la gestión del hotel.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / José Luis Muñoz	3
Entrevista / José Manuel Maciñeiras ...	4
Escaparate	6-14
Especial TurNexo	15-19
Mostrador	21-22
Club	23
Hotelería	24-25
Evaluatnet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

Concentración en los grandes viajes

El Sector sigue viviendo una dismutación de la demanda. Por un lado, buena parte de los viajes vacacionales, la gran mayoría se están realizando a título casero, en vehículo propio y en alojamiento en casas propias, de familiares o amigos, o bien buscando la oferta más barata por Internet. O bien formando pequeños grupos familiares también en busca de ofertas algo más económicas. Pero por el otro, se está produciendo una concentración de la demanda en los grandes viajes, a destinos lejanos, transoceánicos normalmente. La actividad en su conjunto sigue muy baja, pero el monto económico, y la rentabilidad, de cada operación registra una mejora por ello.



España ha recibido un total de 2,5 millones de turistas internacionales en el mes de enero, lo que ha supuesto un aumento del 1,1% en comparación con el mismo mes del año anterior, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. 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 el ritmo de caída de algunos de los países con mayor peso. Por ejemplo, Reino Unido, de donde proceden más de 500.000 turistas, registra una contracción del 8,7% respecto al mismo mes de 2009, bajando por primera vez desde octubre de 2009 de los dos dígitos. Alemania cierra enero con una disminución interanual del 6,3%, con un total de 417.000 viajeros, lo que también supone para este mercado reducir su ritmo de descenso respecto a los meses anteriores. En el ejercicio 2009, la llegada de turistas alemanes cayó un 11,3%.

Francia sigue creciendo

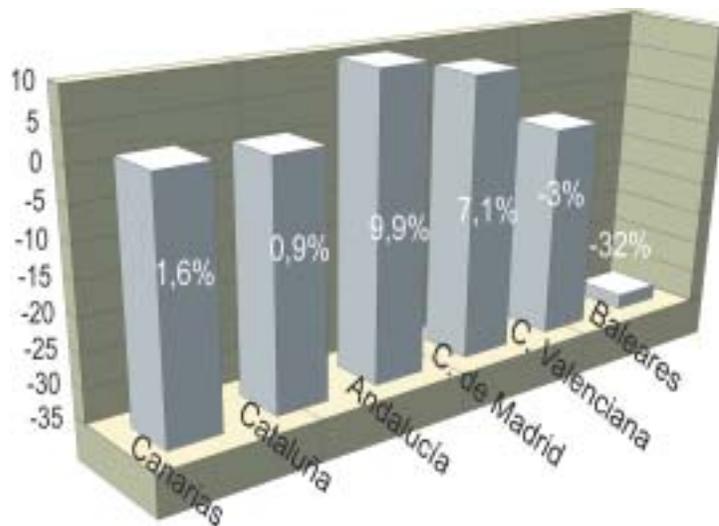
Francia, tercera potencia emisora con más de 345.000 turistas, continúa con su recuperación particular, volviendo a registrar en el mes de enero un incremento del número de llegadas, con un crecimiento del 5,5%. Esta subida ha repercutido positivamente en destinos como la Comunidad de Madrid y Andalu-

COYUNTURA

España recibe más visitantes

Aunque aún es pronto para hablar de recuperación, España comienza el año con un leve aumento del número de turistas. En concreto, el destino ha recibido un 1,1% más de visitantes. Para observar la última tendencia alcista hay que remontarse al mes de junio de 2008. Tanto Reino Unido como Alemania mitigan su ritmo de caída en enero, mientras que Francia sigue con su recuperación, experimentando un aumento del 5,5%.

Evolución destinos españoles



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

lucía. Entre los demás mercados, destacan las evoluciones favorables de Italia, Suiza y Bélgica, a la vez que la buena marcha de algunos mercados de larga distancia.

Aunque la recuperación de los mercados internacionales ha influido de forma positiva en la gran ma-

yoría de Comunidades autónomas, algunas de ellas, como Comunidad Valenciana y, especialmente, Baleares, continúan empeorando las cifras de 2009. En concreto, la Comunidad Valenciana experimenta una contracción del 3%, mientras que Baleares, que podría haberse visto afectada por

las condiciones climatológicas adversas, recibe en enero un 32% menos de visitantes internacionales.

Todo lo contrario sucede en Canarias, Cataluña, Andalucía y Comunidad de Madrid —cuatro principales Comunidades de destino—, que registran variaciones positivas del 1,6%, 0,9%, 9,9% y 7,1%, respectivamente. El resto de regiones, que acumulan en su conjunto 233.000 visitantes, experimentan un incremento del 7,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

El 'paquete' atenúa su caída

Pese a seguir cosechando variaciones negativas, el 'paquete' turístico frena su ritmo de caída. Mientras que en diciembre de 2009 la llegada de visitantes con un viaje organizado disminuyó un 17%, en enero la bajada 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%.

En cuanto a los medios de transporte, el aeropuerto, principal vía de acceso, registra en enero un crecimiento del 2%, el primero acontecido desde julio de 2008, siendo el medio elegido por más de dos millones de pasajeros. Por el contrario, la carretera presenta una contracción del 4,7%, contabilizando 372.000 turistas. Entre las vías de acceso secundarias, destaca el ferrocarril, que transporte cerca de 7.000 viajeros más, hecho que, según el IET, podría estar relacionado con la adversa situación climatológica y la utilización del tren como medio de transporte alternativo.

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