



ANTONIO
VÁZQUEZ

Retraso de la fusión

PÁG. 8/Iberia y British Airways retrasan la fusión hasta limar algunos aspectos técnicos



MANNY
FONTENLA

Más reservas para verano

PÁG. 9/Thomas Cook y TUI prevén un incremento de las reservas para este verano



JOSÉ
BLANCO

Más 'cielos abiertos'

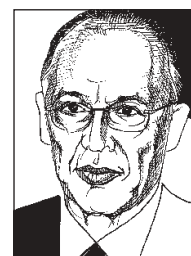
PÁG. 11/La UE y EE.UU. finalizan la negociación para el acuerdo de 'cielos abiertos'



DAVID
JONES

Amadeus se mantiene

PÁG. 13/Amadeus registra una facturación similar a 2008 y prevé salir a Bolsa



ÁLVARO
MIDDELMANN

Previsión de crecimiento

PÁG. 9/Air Berlin reduce pérdidas en 2009 y prevé crecer globalmente en 2010

El Sector pide a Spanair que 'respete al canal de distribución de agencias'

Los Grupos no ven una solución en reunirse 'si la aerolínea no se retracta'

El giro en la política comercial de Spanair está provocando la reacción del Sector, canal que gestiona el 70% de sus ventas. Tanto Asociaciones como Grupos

comerciales han mostrado su disconformidad a la estrategia de la compañía aérea y le solicitan que "respete al canal de las agencias", para dialogar.



Arturo Fernández preside CEIM.

CEIM apuesta por mantener la calidad

Para el presidente de CEIM, "no se puede pasar por alto el debilitamiento que ha sufrido este año el Sector Turístico". Pág. 4

'El Consultor' analiza las reclamaciones

El Consultor enumera los puntos a tener en cuenta en periodos vacacionales como Semana Santa para no tener reclamaciones. Pág. 15

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

Las agencias siguen mostrando su desacuerdo con la política comercial de Spanair. Si hace un mes FEAAV rompía relaciones con la aerolínea y los Grupos Gea y Europa recomendaban no vender sus billetes, ahora es la Asociación de Grupos AGRUPA la que clama en contra de su política comercial. Su presidente, José Luis Ramil, asegura que "no

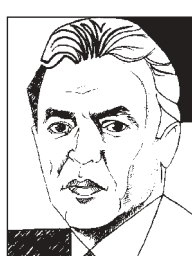


Ferran Soriano

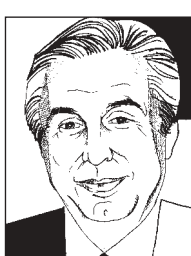
nos vamos a reunir, ni vamos a escribir una carta, solicitando un encuentro". Spanair apuesta por el diálogo, pero no prevé cambiar su estrategia. Por ello, como explica el presidente del Grupo Europa Viajes, José Luis Muñoz, "no entendemos para qué quieren reunirse con nosotros si insisten en mantener su estrategia". Escapate en pág. 6

UNAV y AGRUPA organizan el gran Congreso del Sector

UNAV celebrará el 15 de abril en Madrid su XIII Congreso, junto con AGRUPA. "Buscamos organizar el gran congreso sectorial, y nos hemos decantado por Madrid por su equidistancia geográfica", apunta el presidente de UNAV, José Luis Prieto



José Luis Prieto



José Luis Ramil

nas y ya hemos rebasado los 400 inscritos". Escapate en pág. 8

to. "Queremos tener la máxima participación", explica el presidente de AGRUPA, José Luis Ramil, objetivo que se ha logrado, ya que "esperábamos entre 200 y 300 personas y ya hemos rebasado los 400 inscritos". Escapate en pág. 8

Trasmediterránea cede ante las quejas del Sector

La naviera permitirá vender a militares y familias

Tras varios meses de espera, las agencias de viajes de Melilla han logrado el compromiso de Trasmediterránea para que les vuelva a permitir vender billetes a militares y familias numerosas. A finales de 2009 las agencias melillenses dejaron de vender billetes de la naviera por la situación "de acoso sufrida". Mientras que Trasmediterránea justificaba su cambio de estrategia aduciendo que los



Ildefonso Menéndez

militares bloqueaban numerosas plazas que luego iban vacías.

Tras este desencuentro, la Asociación de Agencias de Viajes de Melilla, presidida por Ildefonso Menéndez, ha logrado reunirse con la compañía naviera. Menéndez des-

taca "la buena voluntad de Trasmediterránea" y señala que ha reconocido que "la situación no es justa para las agencias".

Escapate en pág. 6

Comienzan los TurNexo en sus sedes de Madrid y Barcelona

Esta semana arrancan los Salones TurNexo en su edición de verano con la convocatoria de Madrid, el martes 6 de abril, y de Barcelona, el jueves 8. Entre los proveedores que estarán presentes destacan Iberia, Renfe, Sol Meliá, Travelplán, Catai Tours, Europea de Seguros, MSC Cruceros o Sol Meliá. Como explica el director ge-



neral de Europea, David Hernández, "TurNexo es una excelente oportunidad para promocionar nuestras novedades". Los agentes que deseen acudir deben preinscribirse online en www.turnexo.com, para recoger el reloj de pulsera Junghans, con el que se obsequia a los agentes fieles.

Escapate en pág. 8

*Incorporación progresiva en todos los A-340, finalizando en Abril de 2010.



BUSINESS PLUS

Más distancia entre butacas. Más espacio para sus clientes.

En Iberia sabemos que mirar hacia delante es poder ofrecer cada día un servicio excelente, tanto en tierra como en vuelo. Por ello, hemos incorporado nuevas mejoras que hacen de Business Plus una clase única: ahora ofrecemos un espacio personal mucho más amplio, **más de 220 cm.** Un espacio que permitirá descansar mejor a sus clientes en nuestras butacas ergonómicas como en una auténtica cama*. Porque cuando viaja con Iberia su comodidad está por encima de todo.

IBERIA

■ CLAVES

Y ... se hizo justicia(1)

EL JUZGADO Mercantil N°2 de Madrid ha dictado una sentencia desde todos los puntos de vista ejemplar y que debería servir como modelo para aquellos supuestos en los que un cliente, pretende aprovecharse de las múltiples circunstancias fortuitas que pueden suceder durante el desarrollo de un viaje, para lucrarse injustamente.



⇒ M^a DOLORES SERRANO

El supuesto de hecho es el siguiente: cuatro personas contratan un viaje a China con la solicitud expresa de que tanto el vuelo de ida como el de regreso fueran directos. Tanto la agencia de viajes como la compañía aérea expiden los oportunos documentos de viaje, cumpliendo con esta condición.

Los viajeros disfrutaron del circuito contratado consistente en una estancia de una semana en las ciudades de Pekín y Shangai, pero el día de su regreso el vuelo debe realizar una escala imprevista en Moscú para repostar combustible, ya que las circunstancias climatológicas más adversas de lo habitual, hacen que con el combustible con el que cuentan, el piloto no pueda garantizar la seguridad del vuelo.

Bien, pues por este motivo, dos de estos pasajeros (los otros dos lo hacen en un Juzgado diferente donde todavía no se ha celebrado juicio) interponen demanda en reclamación de cantidad de nada más y nada menos que de 26.600 euros por incumplimiento de contrato y daños morales. Como causa adicional para interponer la demanda alegan además, que uno de los servicios del avión se estropeó y estuvo fuera de funcionamiento durante parte del vuelo.

Y así, se celebra un juicio en el que tanto la agencia de viajes minorista, como su aseguradora, la agencia mayorista y la línea aérea comparecen como partes demandadas.

Hasta 25 personas entre abogados, procuradores, demandantes y testigos debieron comparecer ante el Tribunal durante una mañana entera por este motivo. Afortunadamente, quedó acreditado, que la actuación de todos los demandados había sido correcta en el desempeño de sus funciones y que el hecho de tener que repostar no obedeció a un mal cálculo del combustible por parte de la línea aérea como pretendían hacer ver los clientes, sino a algo mucho más sencillo como son unas condiciones climatológicas adversas.

⇒ **María Dolores Serrano** es abogada especialista en derecho jurídico.

‘Se trata de conseguir que el Turismo cultural, que tiene una gran importancia en España, lleve a cabo un esfuerzo por adecuarse cada vez más a las necesidades de las personas y permitir que todos los turistas puedan acceder tanto al contenido físico como intelectual de los bienes patrimoniales’, explica Ferrís

TRIBUNA



⇒ JAVIER FERRÍS

La importancia de la accesibilidad en el patrimonio

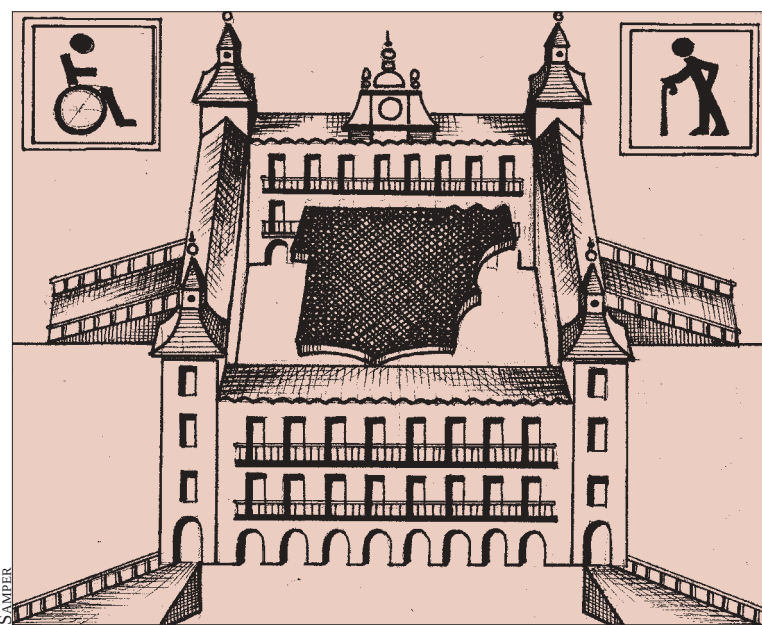
EL TURISMO CULTURAL es para España el segundo segmento turístico más importante a nivel internacional, generando en 2008 un gasto de más de 6.200 millones de euros y presentando un crecimiento del 4,8% en relación a 2007. De los 59,2 millones de personas que visitaron España en 2008, alrededor del 13% declararon que lo hicieron por motivos culturales, según la encuesta Egatur del Instituto de Estudios Turísticos (IET). Este porcentaje aumenta cuando se les pregunta qué actividades realizaron durante su estancia, ya que el 53% afirmó que disfrutó de actividades culturales.

La riqueza patrimonial que tiene España es enorme y muy variada, siendo el segundo país del mundo en número de monumentos y el primero en lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. El Consejo de Ministros ha aprobado la elaboración de un Plan de Promoción del Turismo Cultural con un área de acción específica para la promoción internacional del patrimonio histórico-artístico español, lo que demuestra la importancia y el valor de los bienes patrimoniales para el Turismo cultural de nuestro país. Sin embargo, el patrimonio cultural muchas veces presenta, por diferentes motivos, barreras que dificultan el acceso a un número importante de personas, privándolas de este modo del derecho a acceder a la cultura.

Desde hace algunos años la conservación del patrimonio cultural se considera uno de los elementos claves para asegurar el desarrollo de una sociedad avanzada basada en el bienestar de las personas que viven en ella, lo que ha creado una creciente actividad institucional e industrial, en la que España se está posicionando con fuerza. Cabe destacar el peso que representa en el sector de la construcción la reparación, rehabilitación y restauración del patrimonio construido —con un volumen de negocio de unos 1.750 millones de euros anuales y previsiones muy prometedoras para los próximos años—, lo que hace que las empresas del sector de la construcción tengan actualmente un interés creciente en posicionarse dentro de esta actividad. Esta realidad supone una oportunidad excelente para la mejora de la accesibilidad de los bienes patrimoniales de nuestro país.

La accesibilidad del patrimonio se concibe como la capacidad de éste

para ser conocido y disfrutado por el mayor número de personas en condiciones de confort y seguridad óptimas, teniendo en cuenta la movilidad, comunicación, comprensión y uso de los medios necesarios para su disfrute por el visitante. Históricamente, la falta de oferta de servicios e instalaciones turísticas accesibles se deriva de la creencia de que no existe demanda para este tipo de recursos. Sin embargo, sólo en la Unión Europea viven cerca de 50 millones de personas con alguna discapacidad permanente (en España 3,5 millones de personas, aproximadamente el 9% de la población), a los que se suman las personas que presentan algún problema transitorio de movilidad o comunicación, las personas mayores —cada vez más numerosas por el paulatino envejecimiento de la población— y también los padres con carritos de bebés, las mujeres embarazadas y las personas obesas con dificultades para desplazarse, entre otros. Todos ellos representan una enorme clientela potencial que demanda una oferta turística cultural accesible que responda de manera eficiente a sus particulares necesidades y expectativas. Esta demanda no es además exclusiva de los colectivos mencionados, pues la accesibilidad turística se concibe como una mejora general para el conjunto de todos los viajeros.



El Turismo cultural es para España el segundo segmento turístico más importante a nivel internacional

El acceso es precisamente el aspecto fundamental, dado que de acuerdo con la Ley 51/2003 de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de

las personas con discapacidad, todas las personas deberían poder acceder en igualdad de condiciones a los bienes disponibles al público. Sin embargo, las características especiales de los bienes patrimoniales determinan y dificultan la elaboración de

estrategias convencionales para la accesibilidad integral. En primer lugar, resulta extremadamente importante que las intervenciones sean respetuosas con el propio patrimonio para, de este modo, garantizar su conservación y la transmisión de su contenido cultural. En segundo lugar, los bienes patrimoniales son peculiares en el número y tipo de agentes implicados en su gestión y conservación: por un lado están los organismos gestores (generalmente las administraciones), por otro lado están los propietarios (privados, administraciones, etc.) y finalmente están quienes disfrutan del bien patrimonial, que son todas las personas que pueden acceder a él. Estas características han hecho que los ámbitos de la gestión y protección del patrimonio y de la accesibilidad integral hayan sido, salvo contadas excepciones, ámbitos disjuntos, resultando con ello que el grado de accesibilidad que presentan muchos de los bienes patrimoniales del territorio español sea insatisfactorio.

La resolución de estos conflictos que plantea la accesibilidad del patrimonio cultural únicamente puede llevarse a cabo desde una perspectiva de innovación y desarrollo de tecnologías que permitan el diseño y adaptación de nuevos sistemas y técni-

cas de accesibilidad al patrimonio y su entorno, respetando su estética e historia, así como de desarrollo de una metodología de accesibilidad específica que permita su implantación generalizada. En este sentido, el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) trabaja, junto con otros 22 socios, en el proyecto Patrimonio Accesible: I+D+I para una cultura sin barreras (PATRAC), coordinado por GEOCISA y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y los fondos FEDER. El objetivo fundamental de la iniciativa es el desarrollo de una metodología de intervención en los bienes patrimoniales que incorpore los requisitos de la accesibilidad. Para ello el proyecto se ha centrado en el patrimonio arquitectónico tangible, que involucra monumentos, conjuntos y lugares. En particular el IBV, en colaboración con la empresa cerámica AZTECA, trabaja dentro del proyecto PATRAC en el diseño de un pavimento que permite incluir señalética impresa y reproducir el suelo original en caso de utilizarse para salvar un acceso irregular, con el fin de preservar el patrimonio con una intervención poco invasiva.

Este proyecto ha permitido realizar un análisis de las barreras existentes en el patrimonio cultural español. Mediante la aplicación del método ENABLER se han identificado 100 elementos que actúan como barreras. El reto ahora es superar estas barreras para hacer el patrimonio cultural accesible para todos.

En definitiva se trata de conseguir que el Turismo cultural, que tiene una gran importancia y volumen de negocio

en nuestro país, lleve a cabo un esfuerzo por adecuarse cada vez más a las necesidades de las personas y permitir que todos los turistas puedan acceder tanto al contenido físico como intelectual de los bienes patrimoniales. Para ello ya se están desarrollando estrategias que permiten la mayor adecuación y satisfacción del usuario, dándose los primeros pasos hacia la completa accesibilidad de nuestro patrimonio cultural. Los principales beneficios que conlleva esta mejora en la accesibilidad se traducirán en un refuerzo de la identidad de los ciudadanos, así como en un aumento del Turismo cultural en España.

⇒ **Javier Ferrís Oñate** es director del Ámbito de Turismo y Ocio del Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV).

Con la aplicación del método ENABLER se han identificado 100 elementos que actúan como barreras en el patrimonio

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquer
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Salvador Hernández (Hotelería) / 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 (Consultorio Profesional) / José Ignacio Samper Montes (Arte e Ilustración) / Enrique Arenós 'Quique' (Humor)

COLUMNISTAS: Julio C. Abreu / Isabel Albert / César Duch Dr. Venancio Bote / Gonzalo García / Covadonga G. Quijano Iñaki 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 Arquer Hidalgo
Director Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña
Director Jurídico del Grupo NEXO: Santiago Moratalla Salvador
Director de Informatización y de Procesos: José Miguel Candela

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

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

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

NEXOTUR, Periódico 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

Depósito Legal TO-133/1996 / Impreso en España
ISSN (International Standard Serial Number): 1139-5966
Tirada de este Número: 12.500 ejemplares

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Ante el gran Congreso de Madrid

EL CONGRESO UNAV-AGRUPA A PUNTO. Los Grupos comerciales integrados en AGRUPA y la Asociación empresarial decana del Sector, la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), ultiman la organización del próximo gran Congreso Sectorial de Madrid.

En su excepcional programa participa un excelente plantel de ponentes y participantes, que otorga un enorme a las mesas redondas, al haber logrado atraer a buena parte de los más relevantes exponentes de los proveedores del Sector. Desde Orizonia hasta Globalia, pasando por grandes transportistas, como Iberia y Renfe, así como a cruceristas (MSC), centrales de reservas (Transhotel), sistemas de distribución (Amadeus y Travelport), rent-a-car (Atesa), etc. En suma, un congreso del más alto nivel.

NEXOTUR siempre ha apoyado con entusiasmo los Congresos sectoriales, con la excepción de uno, concebido exclusivamente como vía de ingresos de una determinada Asociación y en el que los agentes brillan por su ausencia.

Excepciones al margen, los Congresos son un punto de encuentro tan necesario como esencial para la transferencia del conocimiento entre empresarios y directivos del Sector, y la puesta en común con los grandes proveedores. Y el de UNAV y AGRUPA es, sin duda, excelente ejemplo de cómo deben convocarse y organizarse este tipo de eventos.

Tras el frustrado intento de la extinta CAAVE para unir fuerzas, ha sido la veterana UNAV y la pujante AGRUPA quienes han sabido trabajar en lo mucho que les une, olvidando lo poco que pudiera separarlos, concertando una convocatoria que está generando grandes expectativas.

La presencia de los máximos responsables de nuestros principales grupos de turoperadores, Gabriel Subías y José Duato, se produce en un momento particularmente tenso en las relaciones comerciales con unos proveedores decididos a recortar su remuneración.

También la nueva dirección de Iberia se estrenará en el Congreso de Madrid. En una oportunidad sobre la que debe profundizarse aún más. Estos Congresos, además de como lobby del Sector y "ventanilla colectiva de reclamaciones", deberán servir para que los grandes proveedores, como Iberia o Renfe, mantengan reuniones periódicas de trabajo (a puerta cerrada) con su fuerza de ventas. ¿O acaso los transportistas pueden seguir definiendo su oferta de

espaldas al agente, que es quien mejor conoce al cliente?

En materia de convocatorias unitarias, aún siendo mucho lo hecho por AGRUPA y UNAV, aún ha de hacerse más. Los Grupos comerciales debieran avanzar, sumando a los Congresos de las Asociaciones empresariales la celebración de su propias Convenciones. Aunque cada uno esté en su casa (con reuniones a puerta cerrada donde cada cual participe en las sesiones de trabajo de su Grupo), los grandes proveedores podrían estar en la de todos (la sesión plenaria que analice las grandes cuestiones de interés general).

Ante el gran Congreso de Madrid no cabe sino dar la enhorabuena a sus convocantes y arrimar el hombro para coadyuvar al éxito de este gran evento unificador. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Ante el gran Congreso de Madrid, sólo cabe felicitar a los organizadores, UNAV y AGRUPA, por hacer posible esta convocatoria unificada que marca el camino a todo el Asociacionismo

▲ check-in / RESERVAS AÉREAS

¿Un 'brote verde' en el BSP?

El dato del BSP de febrero (que ha repetido los resultados del mismo mes del año pasado) es una de las pocas buenas noticias que tiene el Sector desde que la caída del consumo sumió al emisor español en la crisis más grave que recuerdan los agentes.

Repetir resultados (-0,08%), pese a que el mes de febrero de 2009 la facturación del BSP sufrió una notable caída, es toda una novedad, ante el batacazo de las ventas aéreas del pasado año (casi -19%), que se prolongaron también en enero (-3%).

En contra de los análisis publicados, no es previsible que este sea el punto de inflexión, ni puede deducirse en rigor que el descenso en las ventas haya tocado fondo. Y menos aún son de recibo afirmaciones tan peregrinas como las de quien pretende que hasta que el BSP no alcance los niveles de 2007 no podrá afirmarse que se acabó la crisis.

No es previsible un cambio de tendencia (resultados positivos, en contraste con los negativos que han caracterizado este último período). Más bien cabe esperar que el gráfico de resultados de este año, especialmente hasta después del verano, esté dominado por los dientes de sierra. Esto es, subidas y bajadas, que probablemente irán evolucionando hacia una recuperación leve a final de año.

2010 será, probablemente, el ejercicio en que la crisis toque fondo. Aunque la influencia de la mejora del receptivo (a causa del inicio de la recuperación de nuestros grandes mercados europeos), será la que marque la pauta. Pero los crecimientos previos a la crisis son sumamente improbables, al menos hasta la segunda mitad de la década actual.

★ personaje de la semana / Arturo Fernández

El presidente de la Confederación Empresarial de Madrid CEIM-CEOE está multiplicando las iniciativas, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio e Industria, que preside Salvador Santos Campaño, en pro del Turismo.



La sensibilidad hacia el Sector de Arturo Fernández (que, además de célebre restaurador, es hotelero) es un activo, que es puesto en valor en convocatorias como CIMET, en las que CEIM participa desde siempre activamente.

● la chispa / Quique



▼ check-out / REUNIONES DE MADRID

Fallos del Turismo de Congresos

La homologación de empresas proveedoras en palacios de congresos y centros de convenciones protagoniza la opinión editorial de CONEXO, al está generando un fuerte rechazo en los agentes y OPC organizadores de reuniones y ferias. La tendencia a contar con "proveedores oficiales" tiene dos objetivos: asegurar la calidad de los servicios que se prestan, e incrementar los ingresos de los recintos.

Una de las mayores infraestructuras para eventos y reuniones, la de Madrid Espacios y Congresos (MEC), ha homologado cinco proveedores para que presten servicios a los clientes que celebran actos en sus instalaciones. Estas empresas actúan ya como exclusivistas del Palacio Municipal de Congresos de Madrid (frente a Ifema), el Auditorio del Parque Juan Carlos I, Caja Mágica, Madrid Arena, y los recintos de la Casa de Campo (Palacio de Cristal, La Pipa, Convenciones y Satélite, y el Teatro).

El problema es que al organizador se le impone el trágala de que contrate con los proveedores homologados o, en caso contrario, asuma un sobre coste, calificado de "impuesto revolucionario".

Hacer compatible la conveniencia de ofrecer la más amplia gama de servicios, incorporando una mejora continua de sus prestaciones y tender a la excelencia, son objetivos que todo el Sector comparte. Pero hacerlo a costa de penalizar al organizador, incrementando sus costes en la difícil coyuntura actual, es un grave error, que paga directamente el organizador de reuniones y eventos e, indirectamente, la ciudad donde se ubican estas instalaciones, en forma de pérdida de competitividad.

El tejido empresarial madrileño es enormemente dinámico y productivo / Las pymes son las auténticas vertebradoras de la vida laboral y económica / Las Administraciones públicas han llevado a cabo una apuesta decidida por el Turismo como factor de competitividad / Tenemos que seguir trabajando en la internacionalización de nuestras empresas turísticas

«Los retos del Sector deben pasar por mantener la calidad y excelencia»

Arturo Fernández / Presidente de CEIM

Recién reelegido presidente de la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), Arturo Fernández analiza para NEXOTUR la evolución del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid, haciendo especial hincapié en la situación que atraviesa el Sector Turístico. Al respecto, Fernández, que podría convertirse en el nuevo presidente de la Cámara de Comercio de Madrid, según acordó la junta directiva de la Confederación, destaca en la necesidad de que los retos del Sector Turístico pasen por seguir fomentando la calidad y la excelencia pese a la actual crisis económica y financiera.

P.- ¿Cómo está evolucionando el tejido empresarial madrileño en el contexto actual?

R.- El tejido empresarial madrileño es enormemente dinámico y productivo. En Madrid hay unas 500.000 empresas y más de tres millones de personas trabajando en la actualidad. Aportamos el 18% del PIB nacional y el 15% del empleo. Somos la primera Comunidad autónoma en renta per cápita y estamos en el camino de empezar a consolidar la recuperación del crecimiento económico, a pesar del delicado momento que estamos atravesando.

Los empresarios de Madrid somos responsables en gran medida de la transformación económica de nuestra Comunidad y de nuestro país. Luchamos día a día por mantener e incrementar la rentabilidad y el desarrollo de nuestros negocios, y estamos orgullosos de que cuando generamos valor para nuestras organizaciones, no sólo creamos puestos de trabajo, sino que además impulsamos con ello la prosperidad y el crecimiento económico de nuestra sociedad.

P.- ¿Qué papel juegan las pymes en la Comunidad de Madrid?

R.- El 99,6% de las empresas madrileñas son pequeñas y medianas, y de su eficacia y competitividad depende en gran parte la creación de puestos de trabajo. Las pymes son las auténticas vertebradoras de la vida laboral y económica de Madrid, y protagonistas de nuestro tejido empresarial. No olvidemos que el 60% de los casi tres millones de afiliados a la Seguridad Social existentes en nuestra Comunidad trabajan en las pymes madrileñas.

Por eso, desde CEIM vamos a seguir insistiendo ante las administraciones para buscar e intensificar todas las medidas de apoyo a esta clase de empresas encaminadas a mejorar su competitividad.

P.- ¿Cuál es la situación que atraviesa el Turismo madrileño?

No se puede pasar por alto el debilitamiento que ha sufrido durante este año el Sector Turístico

R.- No podemos pasar por alto el debilitamiento que ha sufrido durante el pasado ejercicio el Sector del Turismo. Todo ello es resultado de la profunda crisis económica y financiera, que también ha alcanzado los principales países emisores de turistas a España y a las dificultades a la que se han visto enfrentadas las empresas turísticas. Exceso de capacidad o de oferta e inestabilidad política existente en algunos destinos turísticos han sido algunos de los factores que han propiciado esta situación. Esto ha originado un

importante retroceso del Turismo a nivel mundial y un severo ajuste en los márgenes empresariales.

P.- ¿Cuáles son los grandes retos que se le presentan al Sector Turístico en estos momentos?

R.- Es necesario que los retos del Sector Turístico pasen sobre todo por seguir fomentando la calidad y la excelencia. Hay que continuar haciendo todos los esfuerzos posibles en formación, ya que tenemos que seguir contando con los mejores recursos humanos y los más cualificados. Asimismo, debemos seguir impulsando la dotación de nuevas y mejores infraestructuras que faciliten la llegada de nuevos visitantes a nuestra Comunidad autónoma y hagan más atractiva nuestra oferta.

Otro de los aspectos que tenemos que tener en cuenta es la necesidad de seguir trabajando en la internacionalización de nuestras em-

presas turísticas. Y por último, pero no menos importante, debemos explorar las nuevas oportunidades de negocio, manteniendo un equilibrio entre el crecimiento y el medioambiente, es decir, crear un nuevo modelo turístico rentable y sostenible.

P.- Parece que, a diferencia de la mayoría de destinos nacionales, Madrid crece como potencia turística, recibiendo más turistas y generando más puestos de trabajo ¿Cuál es la clave para lograr esta evolución favorable?

R.- Las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid han conseguido mantener la demanda y situar a la región en un lugar destacado pese a la crisis y la difícil situación económica. Este buen dato es el resultado de la capacidad de adaptación de los empresarios de la región, que han optado



presas turísticas. Y por último, pero no menos importante, debemos explorar las nuevas oportunidades de negocio, manteniendo un equilibrio entre el crecimiento y el medioambiente, es decir, crear un nuevo modelo turístico rentable y sostenible.

P.- Parece que, a diferencia de la mayoría de destinos nacionales, Madrid crece como potencia turística, recibiendo más turistas y generando más puestos de trabajo ¿Cuál es la clave para lograr esta evolución favorable?

R.- Las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid han conse-

guido mantener la demanda y situar a la región en un lugar destacado pese a la crisis y la difícil situación económica. Este buen dato es el resultado de la capacidad de adaptación de los empresarios de la Comunidad, que han optado por bajar los precios de los establecimientos sin que esta medida afecte a la calidad de los mismos.

Las Administraciones públicas han llevado a cabo una apuesta decidida por el Turismo como factor de competitividad, han realizado importantes campañas de promoción en los principales mercados, tanto

nacionales como internacionales.

Por otra parte, el Gobierno de la Comunidad de Madrid ha trabajado para atraer nuevos turistas y mejorar la imagen de Madrid como destino turístico a nivel mundial, y está facilitando el acceso a la financiación a los empresarios del Sector.

Tanto el Ayuntamiento de la capital, como la Comunidad de Madrid están desarrollando una apuesta decidida por hacer de la ciudad un escaparate turístico.

P.- ¿En qué está trabajando actualmente la Comisión de Turismo, Ferias y Congresos de CEIM?

R.- En estos momentos sus actividades se centran principalmente en poner en marcha las recomendaciones del Libro Blanco de Turismo de Madrid, que hemos elaborado conjuntamente con la Cámara de Comercio de Madrid, además de con la colaboración de las diversas administraciones públicas, instituciones, organizaciones empresariales de la región, empresas y otros agentes representantes de los distintos subsectores implicados en el Turismo madrileño.

Esta publicación responde a la demanda de las empresas turísticas de disponer de un instrumento de trabajo estratégico que les permita hacer frente a los desafíos e incertidumbres actuales que les plantea tanto la competencia de nuevos destinos como la crisis económica.

P.- ¿Cuál diría que es el nivel de innovación de las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid?

R.- El nivel de innovación es muy bueno. La innovación y el desarrollo tecnológico están muy presentes en las empresas del Sector Turístico establecidas en la Comunidad. Además, contamos con las herramientas y el apoyo de las diferentes administraciones para hacer de la innovación una forma de crear mayor calidad en la oferta turística madrileña y aumentar la competitividad del Sector Turístico.

P.- Tras dos derrotas consecutivas, ¿está a favor de que Madrid presente su candidatura para organizar los Juegos Olímpicos de 2020?

R.- Como empresario madrileño, de lo que estoy convencido es que la celebración de unos Juegos Olímpicos en nuestra ciudad sería el gran escaparate para que todo el mundo nos viera. Desde CEIM, siempre hemos apoyado el proyecto porque entendemos que la organización de unos Juegos Olímpicos promocionaría la imagen de nuestra ciudad y de nuestra región, nos daría la oportunidad de recibir a un mayor número de turistas, y promovería una mayor inversión extranjera en la Comunidad. Todo ello tendría como consecuencia directa un incremento de empleo y de riqueza en nuestra ciudad, en nuestra región y en toda España. En definitiva, sería una magnífica oportunidad para todos, y deseo que algún día se pueda hacer realidad.

El Gobierno regional apuesta por el Turismo

Las empresas turísticas de la Comunidad de Madrid han conseguido mantener la demanda y situar a la región en un lugar destacado pese a la crisis y la difícil situación económica. Este buen dato es el resultado de la capacidad de adaptación de los empresarios de la región, que han optado

por bajar los precios de los establecimientos sin que esta medida afecte a la calidad de los mismos. Las Administraciones públicas han llevado a cabo una apuesta decidida por el Turismo como factor de competitividad, han realizado im-

portantes campañas de promoción en los principales mercados, tanto a nivel nacional como internacional. Por otra parte, el Gobierno de la Comunidad de Madrid ha trabajado para atraer nuevos turistas y mejorar la imagen de Madrid como



CO ARTURO FERNÁNDEZ

destino turístico a nivel mundial, y está facilitando el acceso a la financiación a los empresarios del Sector Turístico. Tanto el Ayuntamiento de la capital, como la Comunidad de Madrid están desarrollando una apuesta decidida por convertir a la capital en un escaparate turístico.



Carrefour

Viajes

Pocas personas
como tú valoran la
importancia de
emprender un
viaje junto a una
gran empresa.

Si tienes una agencia de viajes, nos
encantaría que te unieras a nosotros.
Llámanos y descubrirás **un modelo de
asociación único en el mercado**.
Sin canon de entrada ni royalty de
ventas y con todas las ventajas que
aporta un buen compañero de viaje.

Juntos
Vamos a llegar más lejos.

902 400 045

www.carrefour.es/viajes/asociate

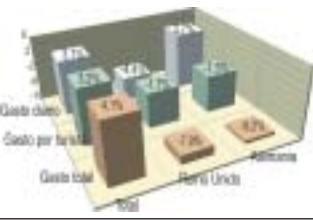


escapate

El gasto turístico crece el 4% en el mes de enero

En enero, el gasto total de los visitantes internacionales crece un 4,1%, situándose en el 2.397 millones de euros. El gasto medio por persona alcanza los 947 euros, un 3,2% más que hace un año. **Pag. 32**

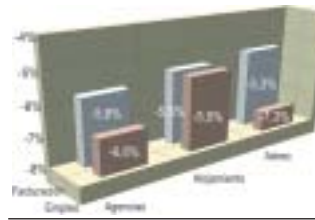
Evolución del gasto turístico



Las agencias facturaron un 6% menos en 2009

El año 2010 comienza con una retracción en la facturación de las empresas turísticas. En el caso de las agencias, la caída de la cifra de negocio es del 5,8%, contabilizando un 6,8% menos de empleados. **Pag. 12**

Facturación y empleo



Cerca de 53.600 personas trabajan en las agencias

Leve mejoría en el mes de febrero. Las agencias de viajes establecidas en España han dado empleo a cerca de 53.600 personas en dicho periodo, experimentando un ligero avance del 0,6% respecto a enero. **Pag. 10**

■ Prontuario Apuesta por la modernización

Las nuevas tecnologías aportan interesantes ventajas a un sector como el turístico, y en concreto a los pequeños establecimientos dedicados al Turismo de interior, particularmente en un momento de crisis como el actual. Cada vez se hace más necesario un modelo de gestión hotelera eficaz que optimice los procesos y mejore la productividad y competitividad de los alojamientos, al tiempo que impulse sus

índices de ocupación. El nuevo proyecto de Fundetec ñTUR se propone avanzar en esta línea.

El objetivo es dar a conocer a los establecimientos participantes la existencia de aplicaciones idóneas para mejorar su eficiencia empresarial, implantar dichas soluciones tecnológicas y promover la transmisión de conocimientos, tanto horizontal como verticalmente.

Como resultado, y gracias a la implicación de las administraciones públicas de promoción del Turismo, los turoperadores y las empresas, se espera generar un efecto tractor que influya en éste y en otros importantes sectores que actúan como motor de la economía española.

El plan integral que plantea se basa en cuatro pilares: un Sistema Integral de Gestión del negocio, un sistema de facturación electrónica y Terminal Punto de Venta (TPV) virtual, un servicio de diagnóstico tecnológica para obtener un certificado de e-Alojamiento acreditado por un sello de calidad TIC turística, y una comunidad virtual que facilita el intercambio de conocimiento entre todos los actores implicados en la cadena de valor.

En apenas mes y medio se han readherido al proyecto más de 400 establecimientos de todas las provincias de España, lo que refleja el interés de este sector por seguir avanzando en el camino hacia la excelencia tecnológica.

Alfonso Arbaiza es director general de Fundetec.

AGRUPA 'lamenta' la política comercial de Spanair y exige que 'se respete' al canal de agencias de viajes

El presidente de AEDAVE traslada a la compañía aérea su desacuerdo con la estrategia comercial

El Sector, en pie de guerra contra Spanair por su política comercial. Aunque la aerolínea pretendía lograr por la vía del diálogo la comprensión de

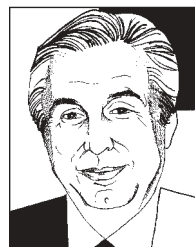
este canal, Grupos comerciales y Asociaciones demandan "que respeten a las agencias como creemos que deben hacerlo". AEDAVE, una de las po-

cas Organizaciones que ha accedido a reunirse con la aerolínea, manifiesta su "descontento con las relaciones entre agencias y aerolíneas".

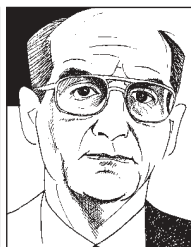
Spanair sigue tirando piedras contra su propio tejado. La aerolínea, que canaliza el 70% de sus ventas a través de las agencias tradicionales, eliminó hace un mes los fees en

su página web, mejorando así las tarifas a las que pueden acceder las agencias de calle. Escudándose en la competencia de las online, la directora comercial de Spanair, Nuria Tarré, confirmaba que "vamos a mantener esta estrategia comercial para hacerlas frente", indicando al mismo tiempo que "las tradicionales son un aliado fundamental".

Ni con estas buenas palabras, aunque contradictorias, ni con la



José Luis Ramil



José M. Maciñeiras

apuesta por el diálogo, buscando reunirse con los principales Grupos comerciales y Organizaciones empresariales de agencias, se ha logrado mitigar el descontento del

Sector. Si hace un mes FEAAR rompía relaciones con la aerolínea y el Grupo Gea recomendaba no vender billetes de Spanair, ahora es la AGRUPA la que clama en contra de la política comercial de Spanair.

Descartan reunirse

Su presidente, José Luis Ramil, asegura "lamentar su estrategia comercial". "No nos vamos a reunir, ni

vamos a escribir una carta solicitando un encuentro, pero lo que sí que parece lógico es solicitarles que respeten al canal como entendemos que deben hacerlo", explica Ramil. Si bien el presidente de AGRUPA descarta que se vaya a dirigir a sus asociados "para recomendarles una forma de actuar al respecto". "Son los Grupos comerciales quienes de forma individual y respetando la libertad empresarial de sus agencias, les han trasladado su opinión", concluye.

El presidente del Grupo Europa Viajes, José Luis Muñoz, que ya recomendó a sus agencias "que se tenga en cuenta la política comercial de Spanair antes de emitir sus billetes", confirma que finalmente no se reunirá con la dirección comercial de la aerolínea. "Tuvimos una conversación telefónica con sus responsables y les comunicamos que

no entendíamos para que querían reunirse con nosotros si pretendían mantener su estrategia", explica.

Quien sí lo ha hecho ha sido el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, que aprovechó el encuentro para manifestar su "descontento con las relaciones entre agencias y aerolíneas", reclamando a Spanair "que los hechos se correspondan con las palabras". "Las compañías aéreas siempre dicen que necesitan a este canal, pero luego el comportamiento no es coherente", apunta. Por ello, pide que "existan las mismas ventajas para las agencias y que hagan un esfuerzo por mejorar el marco de relación entre agencias y aerolíneas". Otra de las demandas de Maciñeiras es que Spanair "incluya en su publicidad que las reservas, además de en su web, pueden realizarse en la agencia más cercana".

Trasmediterránea permitirá vender billetes a militares y familias numerosas en las agencias

Menéndez: 'La naviera ha admitido que la situación no es justa para las agencias de viajes'

A finales de año, exactamente entre el 1 y el 3 de diciembre, las agencias de viajes melillenses optaron por no vender billetes de Trasmediterránea ante la situación "de acoso sufrida". Respondía de esta forma al giro dado por la naviera, que había prohibido la venta de billetes a militares y familias numerosas a través de las agencias de la Ciudad autónoma. Consultada por NEXOTUR, la compañía justificaba su decisión aduciendo a que los militares bloqueaban numerosas plazas que luego iban vacías.

Tras este desencuentro, y después de un largo periodo de espera, la Asociación de Agencias de Viajes de Melilla, presidida por Ildefonso Menéndez, ha logrado reunirse con

los representantes de la naviera. "Todo han sido buenas palabras, ahora sí vuelvo a ser optimista". Estas son las primeras impresiones de Menéndez, quien destaca "la buena voluntad de Trasmediterránea".

Situación injusta

Además de reunirse, "que ya es un logro", admite Menéndez, Trasmediterránea ha reconocido que "la situación no es justa para las agencias". Por ello, según explica el presidente de la Asociación melillense, "han confirmado que en un plazo no muy largo los militares y las familias numerosas podrán sacar billetes en las agencias de viajes".



La naviera admite que la situación es injusta para las agencias de viajes.

"Aproximadamente en uno o dos meses", puntualiza. Por otra parte, el presidente de la Ciudad autónoma ha pedido a Trasmediterránea

tarifas especiales de seis euros para jubilados y pasajeros con carné joven, y que éstos puedan acceder a estas tarifas en las agencias de viajes.



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

El Gobierno admite que el IVA afecta al Turismo

El Gobierno reconoce que la subida del IVA "puede tener un impacto" en el Sector Turístico, "al igual que en el resto de sectores económicos". Sin embargo, afirma que España seguirá siendo un destino competitivo frente a otros países europeos. En respuesta parlamentaria al diputado del Partido Popular Antonio Erías, el Ejecutivo defiende que la medida se adopta para la reactivación de la economía.

Más de 150 participantes en las Jornadas Formatik

Ponentes de entidades del Sector Turístico nacional, como Trasmediterránea, NH Hoteles o Alsa, y más de 150 participantes han acudido a las Jornadas Profesionales de Azafatas y Auxiliares, organizadas por el centro de estudios Formatik. El acto, celebrado en el Hotel Santo Domingo, ha servido para resaltar la necesidad de la formación en un mercado cada vez más competitivo.

WTTC trabajará con US Travel en pro del Turismo

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) compartirá recursos y trabajará conjuntamente con la Asociación de Agencias de Viajes de Estados Unidos (US Travel). Así, ambas persiguen "promover los intereses de la industria turística a nivel mundial". El presidente de US Travel, Roger Dow, espera "cooperar con WTTC en cuestiones de sostenibilidad y otras preocupaciones medioambientales".

Canarias en el programa Turismo Senior Europa

El Gobierno ha planteado la posibilidad de incluir a Canarias en el programa Turismo Senior Europa, lanzado en Baleares y Andalucía y dotado con un presupuesto de 11 millones de euros. Con esta iniciativa se persigue promover la llegada de turistas senior en temporada baja. Hasta la fecha, el proyecto ha registrado cerca de 50.000 reservas de ciudadanos de la Unión Europea.

UNAV: 'Queremos que sea un congreso sectorial en el que se sientan integrados todos los proveedores'

AGRUPA: 'El objetivo es obtener conclusiones que aporten salidas a la complicada situación de nuestras empresas'

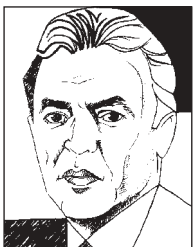
El próximo 15 de abril, el Hotel Meliá Castilla de Madrid acogerá el XIII congreso de UNAV y AGRUPA, en el que un amplio abanico de ponentes abordarán la actual situación del

Sector Turístico. Su celebración conjunta, con la que se busca mayor repercusión, ya ha dado sus frutos, "superando las 400 personas confirmadas". Los organizadores esperan "que

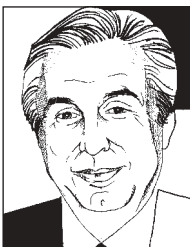
de aquí salgan conclusiones sobre los nuevos modelos de relación con las agencias de viajes y el valor añadido que aportamos a la venta" de los proveedores del Sector.

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) celebrará el próximo 15 de abril en Madrid su XIII congreso, junto a la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA). El acto, que contará con la presidencia de honor de Don Felipe de Borbón y Grecia, será inaugurado por el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida.

"Queremos que, aunque sea promovido por agencias, sea un congreso sectorial en el que se sientan inte-



José Luis Prieto



José Luis Ramil

grados los diferentes proveedores turísticos", apunta el presidente de UNAV José Luis Prieto. Por ello, abordará la problemática del Sector desde el punto de vista de los diferentes proveedores y el estado real de las relaciones con las agencias.

"La primera parte del congreso", explica el presidente de AGRUPA, José Luis Ramil, "estará centrada en la relación entre agencias y transportistas, un tema de candente actualidad debido a los frentes abiertos en-

tre el Sector y algunas compañías aéreas y de transporte de nuestro país". "Espero que de aquí salgan conclusiones sobre los nuevos modelos de relación con las agencias de viajes y el valor añadido que aportamos a la venta", comenta.

A posteriori, se analizarán las relaciones entre agencias y turoperadores, con la participación de los principales grupos turísticos y comerciales. "En este debate, además de profundizar en nuestras relaciones, trataremos el problema de la percepción de los consumidores sobre los paquetes turísticos y la intermediación, así como la competencia de las empresas europeas que puedan entrar en el mercado español", indica Ramil.

Los hoteleros tendrán su espacio para mostrar el futuro de la comercialización de sus plazas a través de las agencias, con representación tanto de hoteleros como de centrales de reservas. La Directiva Bolkestein, que explicará el director general de Turismo de Madrid, Antonio Nieto, y la fuerza asociativa centrarán las dos últimas partes del congreso.

El gran objetivo del XIII congreso, tal y como apunta el presidente de AGRUPA, "es obtener conclusiones prácticas y trascendentales que aporten salidas a la complicada situación en la que se encuentra nuestras empresas, y en general el Sector". Preguntado por esta iniciativa pionera de celebrar el congreso conjuntamente

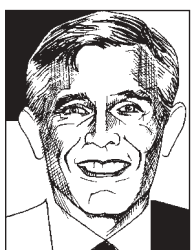
con otra Asociación, Ramil explica que "estamos en un momento decisivo en el que la unión es más necesaria que nunca". En este sentido, Prieto recuerda que "aunque las Asociaciones y los Grupos tienen tareas diferentes, es fundamental que vayan de la mano".

En cuanto a la elección de Madrid, concretamente del Hotel Meliá Castilla, como sede, el presidente de UNAV señala que "buscamos organizar el gran congreso sectorial, y nos hemos decantado por Madrid por su equidistancia geográfica". "Queremos tener la máxima participación", explica Ramil, y parece que este objetivo se ha logrado, ya que "esperábamos entre 200 y 300 personas y ya hemos rebasado las 400".

Europea de Seguros lanza nuevos productos de seguros para el sector de viajes de negocios

La compañía de seguros pretende fortalecer en 2010 su posición en España

El salón TurNexo 2010, que inicia sus jornadas este 6 de abril en Madrid, contará, entre otros, con la presencia de Europea de Seguros que presentará sus novedades en seguros para los viajeros de negocios y en la estrategia para el e-commerce. "TurNexo es una excelente oportunidad



David Hernández

para dar a conocer a los agentes la enorme importancia que tienen los seguros, así como de promocionar todas nuestras iniciativas y novedades", ha asegurado el director general de la compañía, David Hernández.

Una de las novedades presentadas por Europea será el traductor online especializado en términos médicos, que permite traducir la información sobre la salud del viajero, sus síntomas y problemas de forma inmediata al inglés, chino, árabe y ruso. "El traductor es una herramienta de fidelización muy eficaz para el canal comercializador, que puede ofrecerse a sus clientes como una ventaja

añadida sin coste alguno", ha explicado Hernández.

Asimismo, presentará las mejoras realizadas en su herramienta de declaración de siniestros online que permite declarar, consultar y modificar un siniestro a través de una aplicación web. Con esto se pretende acelerar los trámites postales tradicionales y, por ende, reducir los plazos de resolución de expedientes.

"Los resultados en 2009 han sido muy satisfactorios en el actual contexto de ralentización del mercado y hemos logrado mantener un nivel de rentabilidad y de solvencia financiera excelente", ha destacado Hernández. Igualmente, ha subrayado que estos resultados han respaldado "una acertada política de suscripción de riesgo, nuevas líneas de negocio y una administración eficiente".

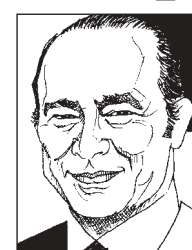
En cuanto a sus expectativas para este año, Hernández ha señalado su interés por "fortalecer aún más nuestra posición en España", así como "se-

guir realizado importantes acciones encaminadas a la expansión en los mercados portugués, mejicano y brasileño". Así, ha destacado su posición de liderazgo en Portugal, donde llevan registrando "crecimientos superiores al 100%, desde 2008".

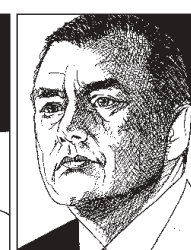
Actualmente, la estrategia de Europea es "profundizar en la búsqueda de socios estratégicos para tener una implantación aún mayor y llegar a ser la compañía más grande de seguros de viaje" en mercados como el portugués. "Esperamos también que este crecimiento en Portugal nos abra puertas para llegar mejor al mercado de Brasil". La compañía ve 2010 como "una oportunidad para continuar impulsando el liderazgo de Europea dentro del sector de seguros de viajes, después de la recesión económica internacional". Así, trabaja para seguir identificando las tendencias del mercado y "adaptarnos a ellas de la forma más conveniente, tanto en el tipo de productos y la forma de comercializarlos, como en los diferentes mercados en los que nos desplegamos".

Iberia y British Airways retrasan su próxima fusión

Iberia ha aplazado la firma del acuerdo final con British Airways para la fusión de ambas aerolíneas. Su consejo de administración, reunido



Antonio Vázquez



Willie Walsh

en sesión ordinaria para evaluar la marcha de la negociación, ha tomado esta decisión a la espera de limar algunos aspectos técnicos, según apuntan fuentes cercanas a la negociación.

El acuerdo entre ambas compañías aéreas, que previsiblemente iba a rubricarse el pasado 25 de marzo, tiene todavía algunos temas por definir que han motivado este retraso. Sin embargo, la aerolínea española apunta que se irán solventando a lo largo del proceso todavía en marcha.

Iberia y British, que todavía no han dado a conocer el nombre definitivo de la aerolínea resultante de la fusión, iniciaron hace un año y ocho meses las negociaciones.

Ambas compañías aéreas tenían previsto sellar el acuerdo en el primer trimestre del presente año, coincidiendo con la celebración de sus respectivos consejos de administración. Fuentes consultadas por NEXOTUR aseguran que en estos momentos no hay un plazo fijado para la firma del acuerdo.

Por su parte, British Airways asegura que mantendrá estables sus previsiones de beneficios para 2010 a pesar de los costes de las jornadas de huelga de los tripulantes de cabina. Estos paros costarán a la aerolínea 23 millones de euros. La huelga, a la que están llamados por el sindicato Unite 12.000 tripulantes de cabina, surge como rechazo a la congelación salarial y el recorte de personal en las rutas de larga distancia. Además, no se descartan nuevas movilizaciones a partir del 14 de abril.

Turismo promocionará España con la MotoGP

La Secretaría de Estado de Turismo quiere aprovechar la proyección mundial de la MotoGP para dar a conocer España como destino. Así, se ha firmado un acuerdo con Dorna Sports de tres años de duración para promocionar el país en el Mundial MotoGP. Con su cobertura mundial, el motociclismo llega cada año a 225 millones de hogares a través de los medios de comunicación.

Gran Canaria 'va por la senda de la recuperación'

El Patronato de Turismo de Gran Canaria considera que la isla "continúa por la senda de la recuperación", ya que la ocupación en febrero ha aumentado un 9,7% respecto a 2009, con el 82,3%. El organismo canario subraya que la isla "sigue liderando el *ranking* a nivel canario y nacional" en este parámetro. En cuanto a los diferentes mercados turísticos, destaca la "recuperación continuada" del inglés.

Los turistas ya pueden acceder a Machu Pichu

Desde el 1 de abril, los turistas ya pueden visitar Machu Picchu (Perú), tras haber concluido las labores de reparación de la línea férrea, que sufrió graves daños como consecuencia de las intensas lluvias caídas en enero. Aunque la ciudad inca no se vio afectada, tuvo que ser cerrada por los problemas de acceso. Además los viajeros pueden disfrutar ya también del Camino Inca.

Cae cerca del 4% la cifra de reuniones en Cuenca

Cuenca ha celebrado un total de 342 reuniones en el ejercicio 2009, un 3,7% menos que en 2008, aunque ha aumentado el número de delegados alcanzando los 34.618, un 11,4% más que en el ejercicio anterior, según el Cuenca Convention Bureau (CCB). Por tipo de eventos, las jornadas encabezan la lista y los congresos registran un aumento significativo.

Air Berlin reduce en un 88% sus pérdidas en 2009, hasta nueve millones de euros

La compañía aérea alemana espera 'crecer globalmente en el año 2010'

Las pérdidas de Air Berlin pasan de los 75 millones de euros registrados en 2008 a nueve millones en 2009, experimentando así una retracción del 88%, según adelanta el director general de la aerolínea para España y Portugal, Álvaro Middelmann. Estos resultados, que la compañía aérea anunciará oficialmente hoy en una reunión con sus inversores en Berlín, implican unas pérdidas de 22,8 millones de euros durante el último trimestre.

Pese a la complicada situación del sector aéreo, el responsable de la ae-

rolínea alemana espera "crecer globalmente" durante 2010. En esta línea, Middelmann apunta que la compañía aérea se ha visto "muy dañada" por las condiciones climatológicas adversas en este inicio de año, especialmente en Alemania, así como por las cancelaciones debido a las huelgas, el aumento del precio del petróleo y la depreciación del euro. Sin embargo, indica que "sus reservas son mejores que las del año pasado".

Haciendo un repaso a la actualidad del sector aéreo, Middelmann de-

fiende el "modelo híbrido, de futuro y competitivo" practicado por su aerolínea, en oposición a uno de subvención que "no tiene futuro, no es sostenible, crea competencia desleal y distorsiona el mercado". Asimismo, critica las medidas que puedan suponer un coste adicional para los pasajeros, como el cobro de la segunda maleta. Por otro lado, muestra su agradecimiento al Ministerio de Fomento por "haber tenido el valor" de enfrentarse al "cáncer" que suponían las altas tasas de navegación aérea.

Los turoperadores prevén una subida de reservas para verano

Thomas Cook y TUI Travel, turoperadores de los dos principales mercados emisores de turistas a España, Reino Unido y Alemania, respectivamente, esperan una recuperación de las ventas de cara al verano. Mientras que la mayorista británica habla de un "buen progreso de las ventas", TUI apunta a un "fuerte crecimiento de las reservas" para el verano.

En concreto, Thomas Cook informa de un incremento de las reservas del 30% en Reino Unido en las cuatro últimas semanas. En Europa central, las reservas del turoperador británico se han fortaleci-

do y los precios permanecen estables, mientras que en el norte del continente se registran "sólidas ventas" en las últimas semanas.

TUI Travel constata una "fuerte recuperación", con mejoras de las reservas en Reino Unido y los Países Nórdicos, del 13% y del 23%, respectivamente, para este verano. En Bélgica se ha producido cierta desaceleración de las reservas en las últimas semanas, aunque ha sido el mercado más resistente hasta el momento a la crisis financiera. Con estas cifras, TUI Travel confía en que las ventas reputen todavía en el segundo trimestre.

Nuba factura 15 millones de euros en 2009, un 10% más

Nuba, agencia especializada en viajes de lujo, ha cerrado el ejercicio 2009 con una facturación de 15 millones de euros, lo que supone un incremento del 10%. La agencia señala al proceso de expansión nacional como uno de los factores que han propiciado este crecimiento en tiempos de crisis.

El 60% de los ingresos corresponde al área de los viajes privados, mientras que el 40% restante pertenece a los viajes de empresas. El grupo, que se encuentra en pleno proceso de expansión, ha anunciado que en el presente año "llevará su estilo de

viajar" a Barcelona, Palma de Mallorca, Alicante, Málaga, Zaragoza y Sevilla. En concreto, Nuba se marca como objetivo llegar a las 25 oficinas en el territorio español en los dos próximos años. Asimismo, de cara a 2011, tiene previsto iniciar su expansión internacional, comenzando por Portugal y México.

Pese a la coyuntura adversa, la agencia de viajes apunta que la demanda de viajes exclusivos y a medida es creciente. En concreto, Nuba calcula un incremento de la demanda en sus oficinas del 24% en el ejercicio de 2009.

El Gobierno intenta cerrar acuerdos con cruceristas para atraer turistas a España

El segmento de cruceros ha crecido un 3% en el ejercicio 2009

El Ejecutivo español se ha propuesto alcanzar acuerdos de colaboración con las principales navieras estadounidenses, como Royal Caribbean, Celebrity Cruises y Celebrity Tours, cruceristas que ellas solas mueven el 76% del mercado mundial en este segmento. El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, ha aprovechado su estancia en Miami para reunirse con el presidente de Royal Caribbean, Richard D. Fain, a quien ha propuesto un acuerdo de colaboración para la promoción a través de TurEspaña.

Por otra parte, el Ministerio de Fomento invertirá 285 millones de euros durante el periodo 2009-2013 en los puertos españoles para adaptarlos a las necesidades de los cruceros. En este primer ejercicio destinará un montante de 85 millones de euros ante la evolución de este sector, que ha cerrado 2009 con seis millones de cruceristas, un 3% más que en 2008.

Tras su encuentro con el presidente de Royal Caribbean, calificado como "interesante", Mesquida espera cerrar algún acuerdo en "los próximos me-

ses". "Han valorado de forma muy positiva la inversión prevista, así como la importancia de las infraestructuras ferroviarias y van a estudiar nuestra propuesta", ha indicado tras su primera toma de contacto con D. Fain. El secretario de Estado de Turismo atribuye este auge que está experimentando esta modalidad turística, considerada hasta hace poco tiempo exclusiva de clase alta, a su estrategia comercial y a su adaptación al perfil actual del turista, lo que la convierte en un "producto refugio" en plena crisis.



Ofrece a tus clientes precios especiales para reservas de grupos

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

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

 **airberlin**
Your Airline.

 Partner of airberlin

Las agencias de viajes dan empleo a 53.600 personas

Las agencias de viajes han dado empleo a 53.599 personas en febrero, un 0,6% más respecto a enero. Sin embargo, en comparación con febrero de 2009, este Sector contabiliza una contracción del 8% de su número de trabajadores. Tanto los servicios de alojamiento como los de restauración también experimentan evoluciones favorables este mes, con variaciones mensuales del 5,4% y 0,7%.

Natalie Tours aumenta su oferta a España un 20%

Natalie Tours ofertará un 20% más de viajes con destino España en 2010. Así lo confirma el Instituto de Turismo Español (TurEspana), que señala las buenas perspectivas de crecimiento de este mercado. Este turoperador es el que más turistas envía al país, con una cuota del 35%. Frente a la contracción de otros emisores, Rusia ha experimentado un notable incremento en enero, del 49% más.

Tenerife advierte que los precios bajos no son factibles

El vicepresidente y consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife, José Manuel Bermúdez, ha señalado que la isla "no va a ninguna parte" con una política de precios bajos y ha insistido en que se debe seguir apostando por la calidad. En Tenerife viven unas 125.000 personas y ha planteado que los trabajadores deben tener sueldos "dignos" que generen una riqueza "sostenible en el tiempo".

Más de 3.000 pymes con el programa de Air Europa

Air Europa ha superado la barrera de las 3.000 empresas adscritas a su programa de fidelización para pequeñas y medianas empresas (pymes) y autónomos cuatro meses después desde su lanzamiento. La aerolínea de Globalia lanzó este programa de fidelización para que los profesionales y agencias de viajes realicen gestiones a través de la página web de la compañía aérea.

La producción del BSP en el mercado nacional cae un 12%, y la facturación total se mantiene estable

América y Extremo Oriente crecen más de un 10%

Por primera vez desde hace meses, la producción total del BSP se mantiene estable, frente a la caída del 6% de enero. Mientras que la facturación relativa a los vuelos internacionales experimenta un avance interanual del 5%, el mercado doméstico continúa de capa caída, con una bajada del 12%.

La producción total del BSP se mantiene estable en febrero respecto al mismo mes del año anterior. Este estancamiento, tras un largo periodo de bajadas, se debe al buen ritmo mostrado por los mercados internacionales, ya que el nacional sigue mostrando la peor cara. En febrero, la facturación a través de las agencias de viajes españolas es de 297 millones de euros.

América, mercado que concentra casi la mitad de la facturación internacional, experimenta una evolución del 10%, con 104,2 millones de euros. Con 25,3 millones de euros, Extremo Oriente también registra una variación positiva, creciendo un 13% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Europa se mantiene

La producción del BSP relativa a Europa se mantiene idéntica que hace un año, con 69 millones de euros. Finalmente, África, mercado con menor facturación, experimenta un crecimiento del 2%, contabilizando 12,7 millones de euros.

En cuanto al periodo acumulado, la producción total es de 545,5 millones de euros, un 3% menos que en 2009. La facturación relativa a los vuelos internacionales crece un 2%, hasta los 397 millones de euros, mientras que la nacional disminuye un 13%, situándose en 147,7 millones.

Fuerte caída del nacional

Al igual que en los meses anteriores, los billetes para vuelos nacionales presentan la evolución más negativa. Con 81,3 millones de euros facturados, experimentan una contracción interanual del 12%. Todo lo contrario sucede con el mercado internacional, que, tras dar muestras de recuperación, vuelve a mostrar una evolución positiva, con 215,9 millones de euros, un 5% más que en el mismo mes de 2009.

Producción BSP de Agencias de Viajes en Febrero de 2010								
	INTERNACIONAL					NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN	
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA		TOTAL BRUTO	TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE				
VENTAS	69,9	12,7	104,2	25,3	215,9	81,3	297,2	283,9
%	0%	2%	10%	13%	5%	-12%	0%	1%

Producción BSP Acumulada de Enero a Febrero de 2009								
	INTERNACIONAL					NACIONAL	TOTAL PRODUCCIÓN	
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA		TOTAL BRUTO	TOTAL BRUTO	BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE				
VENTAS	127,0	23,1	195,5	47,1	397,8	147,7	545,5	520,8
%	-4%	-4%	6%	14%	2%	-13%	-3%	-1%

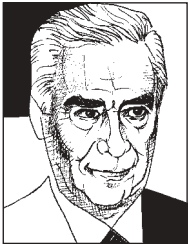
Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

©NEXOTUR

Alonso plantea crear una ‘nueva cultura turística’ con nuevos productos singulares

Andalucía quiere apostar por la excelencia como una vía ‘prioritaria’

El consejero de Turismo de Andalucía, Luciano Alonso, ha destacado la necesidad de implantar una "nueva cultura turística" que gire en torno a la innovación en promoción, la configuración de productos "singulares" y la potenciación del conocimiento y la excelencia.



Luciano Alonso

recetas" que se adapten mejor a las exigencias de la demanda y a un nuevo escenario turístico internacional en el que compiten cada vez más destinos, añade.

Así y como eje fundamental de las nuevas políticas turísticas, el consejero ha puesto de manifiesto la necesidad de innovar y generar conocimiento y ha recordado la creación del Andalucía Lab, que ofrece servicios de consultoría personalizada a 250 empresas y tiene en marcha diez proyectos de investigación en colaboración con universidades.

Además, Alonso se ha referido a la concepción del territorio como elemento "clave" en la planificación sostenible del destino y ha mencionado los

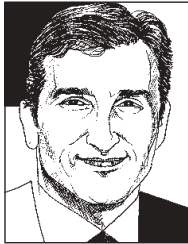
85 programas vigentes sobre la materia, que benefician a "más del 80%" de Andalucía y que cuentan con una inversión de 924 millones de euros.

A continuación, el consejero autonómico ha considerado prioritario crear productos "nuevos y auténticos" que aporten valor añadido al Sector gracias a la colaboración público-privada y ha puesto como ejemplos la Estrategia de Turismo Sostenible o el Proyecto Guadalquivir.

De la misma forma, Alonso ha apostado por la excelencia como una vía "prioritaria" para consolidarse frente a los competidores, con iniciativas como el nuevo Plan de Calidad Turística para impulsar la formación de profesionales, el uso de sistemas de certificación de empresas y servicios y la fidelización de los viajeros al destino.

Inversores catalanes podrían crear una compañía ‘low cost’

Inversores catalanes podrían crear una línea aérea low cost para vuelos intercontinentales. De esta forma, lo ha confirmado el presidente de Spanair, Ferran Soriano, en el marco de una conferencia organizada por Tribuna Ateneu sobre la aviación, en la que ha participado apuntando que el proyecto "todavía está en su fase inicial".



Ferran Soriano

El alto cargo de la compañía aérea destaca la "determinación y valentía" de los empresarios catalanes que, con apoyo institucional, compraron Spanair hace un año, cuando la aerolínea estaba a punto de cerrar. Además, indica que "hasta ahora, ha ido bien", por lo que tras encarrilar las finanzas de la empresa aérea y

reestructurarla, prevén obtener beneficios en el ejercicio del año 2012. Asimismo, Ferran Soriano también ha remarcado el papel que han jugado los sindicatos, que aceptaron recortes de sueldo a cambio de adquirir acciones de la compañía aérea.

Durante su intervención, el presidente de Spanair ha indicado que "Barcelona tiene el dudoso honor de tener el cuarto aeropuerto low cost de Europa", solamente superado por Stansted, Gatwick y Palma de Mallorca. En este sentido, Soriano defiende que Barcelona tenga mayor número de aerolíneas en red que conecten la capital catalana sin tener que hacer escala en Madrid.

La Unión Europea y los Estados Unidos concluyen con éxito las negociaciones del acuerdo sobre los 'cielos abiertos'

Unos 12.000 millones de euros de beneficios y cerca de 80.000 puestos de trabajo. Estas serán, grosso modo, algunas de las consecuencias indirectas que conllevará, según apuntan desde el Ministerio de Fomento, la aplicación de 'cielos abiertos'. La Unión Europea y Estados Unidos han concluido la última ronda de negociaciones de dicho tratado, a través del cual se liberalizará el mer-

cado trasatlántico en una zona común de aviación que abarca el 60% del tráfico mundial de pasajeros.

Según explica Fomento, el texto acordado "alcanzará el rango de tratado internacional en los próximos meses", ya que aún debe ser aprobado por los ministros de Transportes de la UE. Con esta ratificación se pondría fin a tres años de negociaciones, logrando de este modo "una de las

principales prioridades de la presidencia española en el ámbito del transporte". En el texto se incluyen avances de "gran trascendencia" en materia medioambiental, de armonización normativa, de reconocimiento mutuo de autorizaciones y de competencia. Además, EE UU se compromete a suprimir las restricciones que impiden a una aerolínea europea comprar una compañía aérea norteamericana.

Finalmente, el convenio establece la creación de un Comité Conjunto, formado por representantes de ambas administraciones y de los respectivos sectores interesados, que permitirá "continuar avanzando en la práctica en la liberalización y apertura de los mercados", reforzando así las posibilidades de nuevas alianzas transoceánicas entre compañías aéreas.

Para la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) "el acuerdo no supone un paso atrás, pero no nos permite avanzar", lamenta su consejero delegado, Giovanni Bisignani. Éste además alerta de que la sostenibilidad financiera de la industria aérea depende de las libertades comerciales corrientes. Por ello, reclama que se mantenga este asunto como uno de los de más "urgente" atención.

El gasto turístico se reduce más de un 3% en febrero

El gasto total efectuado por los turistas internacionales llegados a España en febrero ha descendido un 3,5%, hasta los 2.534 millones de euros, en línea con la caída de turistas en un mes marcado por las condiciones climatológicas adversas. De este modo se rompe con la evolución positiva de enero, cuando los turistas desembolsaron un 4% más respecto al ejercicio anterior. Según los datos facilitados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en febrero, el gasto medio crece un 0,3% hasta los 932 euros, mientras que el gasto medio diario disminuye un 1,5%.

De los grandes mercados emisores, sólo Países Nórdicos e Italia experimentan ligeros ascensos. Reino Unido, que se mantiene como el principal país, con 496 millones de euros, un 11,1% menos que en el mismo mes de hace un año. A continuación se sitúa Alemania, con 464 millones y una bajada del 4,3%. En tercera posición, desbancando a Francia, aparecen los Países Nórdicos, cuyo desembolso supera los 320 millones de euros, creciendo un 1,7%.

El gasto de los turistas franceses es de 220 millones de euros, un 12,9% por debajo de los resultados de febrero de 2009, mientras que Italia, con 138 millones de euros, registra un aumento interanual del 1,4%. El resto de países, que en su conjunto han aportado 894 millones de euros, muestran una evolución positiva del 1,8%.

Canarias y Cataluña, principales Comunidades receptoras, son dos de las regiones que peor evolucionan en febrero. La primera es Canarias, que experimenta un descenso del 7,4% y recibe 814 millones de euros. Cataluña, con 519 millones de euros, registra una retracción interanual del 8%.

Andalucía ocupa la tercera posición, con 401 millones de euros, un 20,6% más. La Comunidad de Madrid, con 275 millones de euros, registra un descenso del 2,9%, mientras que la Comunidad Valenciana, con 207 millones, crece un 19,7%. Baleares vuelve a presentar la caída más drástica. Concretamente, los turistas extranjeros llegados a las islas en febrero han desembolsado 137 millones de euros, un 22% menos que hace un año. El resto de Comunidades autónomas aglutinan 180 millones de euros, un 17,5% menos que en 2009.

Las mejores ofertas online de RIU Hotels en RIUagents.com



Reservas online en cualquier Hotel Riu



Acceso a las noticias más actuales sobre nuestros hoteles y destinos



Disponibilidad Inmediata



Nuevas Aperturas: información completa



Actualización constante de ofertas



Solicitud de folletos on line



Descarga de logos y fotos de todos los hoteles



Consulta y descarga de fichas técnicas profesionales

Visite www.riuagents.com y descubra los nuevos servicios exclusivos para agentes de viajes.



Déjese mimar

Madrid desarrolla líneas financieras bonificadas

Las agencias madrileñas podrán acogerse al plan para el fomento e impulso de la hostelería, accesibilidad y ahorro energético de las líneas financieras bonificadas de la Comunidad y Avalmadrid. La financiación será para obras de mejora, rehabilitación o adaptación, instalaciones, insonorización, equipamiento informático de gestión e inversiones para el ahorro en gestión y mantenimiento energético.

Un 2% más de cruceristas durante enero en España

El número de pasajeros que ha transitado por los puertos españoles ha crecido un 2,3% en enero, con 247.913 cruceristas, pese a que el número de buques ha caído un 3,1%. Según Puertos del Estado, Barcelona es el principal destino de los cruceristas, con casi 50.000 pasajeros, experimentando un avance cercano al 2%. Le siguen Baleares, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife.

El Turismo de Reuniones deja 31 millones en Girona

En 2009 Girona ha celebrado 929 eventos (40 más que en 2008) con un total de 85.751 participantes, 5.176 delegados más que el ejercicio anterior, según el Girona Convention Bureau (GCB). Las cifras revelan que han aumentado los incentivos, los congresos y las reuniones de menos de 50 personas. La estimación del impacto económico directo generado ha superado los 31 millones de euros.

Posición común sobre los derechos de pasajeros

En la reunión del Consejo de Transportes de los días 11 y 12 de marzo, presidida por el ministro de Fomento, José Blanco, los ministros de Transporte de los 27 Estados adoptaron su Posición Común en relación a la propuesta de Reglamento sobre derechos de los pasajeros de autocar y autobús. Los 27 han optado porque el Reglamento se aplique a los servicios regulares nacionales e internacionales.

Minoristas y turoperadores comienzan el año con una facturación casi un 6% menor que en enero de 2009

Todas las actividades turísticas destruyen empleo en el mes analizado, siendo el aéreo el que peor evoluciona

Lejos del moderado optimismo de buena parte del Sector, el año 2010 comienza, siempre según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), con una retracción en la facturación de

las empresas turísticas. En el caso de las agencias de viajes la caída de la cifra de negocio es del 5,8%, contabilizando, además, un 6,8% menos de empleados. El marítimo y el aéreo son

nuevamente los principales damnificados, con descensos de sus cifras de negocio del 8,6% y 5,3%, respectivamente. En el caso del ferrocarril la bajada interanual es del 1,6%.

Tras un 2009 pésimo para el Sector de agencias de viajes, parece, según las opiniones recabadas por NEXOTUR, que existe un cierto optimismo para el presente ejercicio. Aunque nadie espera una recuperación importante, lo que sí es cierto es que el año ha comenzado con buenas perspectivas. Mientras que algunas agencias hablan de un mantenimiento de la facturación respecto a los primeros meses del año, otras observan ligeros crecimientos de las ventas, con subidas de hasta el 16% y 12% en el caso de las agencias del Grupo Star y Unida, respectivamente.

Si bien los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística

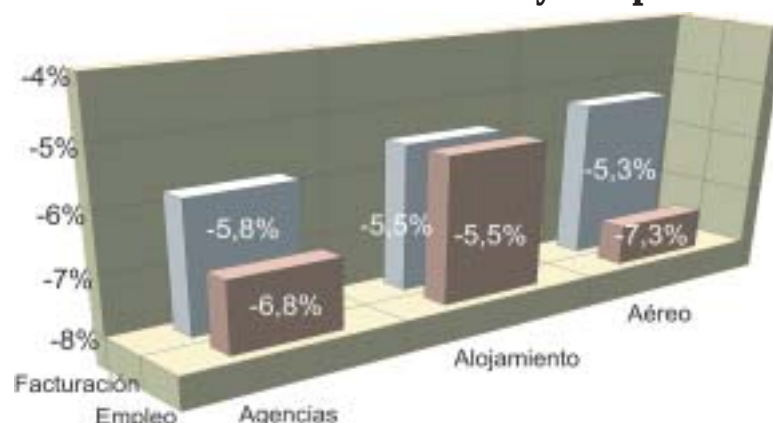
(INE) evidencian una nueva caída en el Sector de agencias. En concreto, las agencias de viajes y turoperadores han facturado en enero un 5,8% menos que en el mismo mes de 2009, en el que ya se registraron datos negativos. La drástica reducción de ingresos experimentada en un año y medio, sumada al cierre de numerosos puntos de venta, también ha afectado significativamente al empleo. En enero, las agencias de viajes contabilizan cerca de un 7% menos de trabajadores respecto al año anterior.

Al igual que sucede con las agencias de viajes, la coyuntura adversa continúa reflejándose en la cuenta de resultados de los diferentes medios

de transporte. El marítimo y el aéreo son nuevamente los principales damnificados, con descensos de sus cifras de negocio del 8,6% y 5,3%, respectivamente. En el caso del ferrocarril la bajada interanual es del 1,6%.

Esta evolución negativa, que es la tónica predominante desde hace más de un año, también se refleja en el empleo. El ferrocarril, con una contracción del 1,9%, es el que mejor resiste, mientras que el marítimo y el aéreo han destruido un 3,1% y un 7,3% de puestos de trabajo en enero. Finalmente, los servicios de alojamiento experimentan un descenso del 5,5% de su cifra de negocio, caída idéntica a la del número de empleados.

Evolución facturación y empleo



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

IATA no descarta el pago semanal para evitar 'default'

La relación entre agencias de viajes y compañías aéreas, en la que siempre han existido puntos de fricción, "se está desarrollando en un entorno de crisis que ha castigado severamente a nuestro sector". El director general de IATA España, Juan Carlos Odelé, cita,



Juan Carlos Odelé

respecto, el director general de IATA España, espera que dichas modificaciones "puedan hacer más sostenible el sistema BSP y que refuerce la protección de todos los participantes en él".

Pese a los cambios llevados a cabo, que afectarán principalmen-

te a las nuevas aperturas o a los cambios de propietarios, las compañías aéreas no descartan la posibilidad de aumentar la frecuencia de las liquidaciones. "Vamos a ver si con estas medidas es suficiente para romper con la tendencia de defaults actual", indica Odelé, reconociendo que "en caso contrario es muy probable que las aerolíneas soliciten el incremento en la frecuencia de entrega de fondos por parte de los agentes participantes en el BSP". De hecho, prosigue, "las compañías aéreas ya han solicitado que a partir del 1 de enero de 2011 el pago se efectúe semanalmente, si bien dicha medida, que no fue aprobada por el Sector de agencias, está aún pendiente de evaluación".

Flores: 'La política turística de Costa Rica ha sido y seguirá siendo la sostenibilidad'

El ICT contempla invertir más de 20 millones de dólares para promoción

Entre 2005 y 2008, Costa Rica se comprometió con las prácticas de Turismo sostenible, como ha explicado el ministro de Turismo del país centroamericano, Allan Flores en su intervención en CIMET 2010. Así, Flores ha destacado la sostenibilidad como elemento diferenciador inde-



Allan Flores

pendientemente del segmento de oferta turística, por lo que "queremos es que la sombrilla de la sostenibilidad cubra y cobije a todos los segmentos de oferta turística que tenemos".

Al respecto, el presidente de UNAV, Jose Luis Prieto, le ha consultado sobre la proporción de turistas españoles que visitan Costa Rica motivados por el Turismo 'verde', a lo que Flores ha asegurado que "cerca de 50.000 visitantes españoles de los 100.000 que llegan". Igualmente, ha añadido que "en el periodo de 2005 a 2008, el 82% de los visitantes españoles afirmaron haber realizado alguna actividad relacionada con el eco-

turismo durante su visita al país, y la estadía promedio se situó en 14 noches".

En cuanto a las tendencias, Flores ha explicado que "la proporción de viajeros españoles motivados por la sostenibilidad que visita el país se mantiene extremadamente constante, al igual que el segmento 'verde', en particular el ecoturismo". Lo único que ha variado, ha añadido, ha sido la estancia media y el gasto.

El director general comercial de Iberojet, Nicolás Pérez, ha instado al ministro costarricense a que explique los estímulos que se brindan a los operadores y agentes de viajes que dirigen tráfico turístico a Costa Rica. Así, Flores ha explicado que aparte de los beneficios establecidos por la ley 6960 de incentivos para el desarrollo turístico, "tenemos que el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) contempla un ambicioso programa de campañas cooperativas con un presupuesto de más de 20 millones de

dólares al año para labores de promoción y mercadeo".

Pérez también le ha preguntado sobre si Costa Rica apuesta por el viajero individual, el Turismo mayorista o una fórmula mixta, a lo que Flores ha contestado que el destino se inclina hacia la fórmula mixta, "entre el viajero individual y el mayorista". Así, ha aclarado que como el turista español elige Costa Rica por su posicionamiento como destino de naturaleza, gente amable y buen clima, ésta "es la base de cualquier campaña promocional, independientemente de que estemos hablando mayorista o viajero individual".

Finalmente, Flores ha indicado que "lo que solicita Costa Rica a los operadores españoles es que se identifiquen con la decisión política de nuestro país de consolidarnos como un destino sostenible". Asimismo, ha subrayado que las campañas de promoción deberán tener "ese sello que posibilite consolidar toda esta estrategia sostenible en base a una tradición de nuestro país de conservación de los recursos naturales".

Las mayoristas de TUI eliminan la cancelación

Ambassador Tours y Royal Vacaciones han eliminado los gastos de cancelación. Ambas mayoristas de TUI Travel han lanzado la campaña 'Gastos de Cancelación Cero', que cubre el 100% de los gastos de cancelación del viaje en casos como el despido profesional o la incorporación a un nuevo puesto de trabajo, siempre que este cambio se produzca con posterioridad a la adquisición del viaje.

El 25% de los españoles han viajado al extranjero

Uno de cada cuatro turistas españoles han traspasado la frontera en Semana Santa, según Rumbo. Así las grandes urbes europeas más próximas a España, como Lisboa, París y Londres, han sido los destinos con mayor afluencia de turistas españoles. Este porcentaje supone un cambio de tendencia frente al 19% de desplazamientos al extranjero del mismo periodo de 2009.

Fomento renovará el convenio con el ICO

El Ministerio de Fomento ha anunciado que renovará el convenio con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para facilitar la liquidez a las compañías aéreas, ante las buenas previsiones para los próximos meses que maneja en el ministerio. Esta línea del ICO ya se habilitó en octubre del año pasado con 600 millones de euros de apoyo a las empresas del sector aéreo.

La Copa del Rey atrae a más de 2.000 turistas

La Copa del Rey de Balonmano, que ha tenido lugar en Antequera, ha motivado la llegada a Andalucía de unos 2.000 turistas, que han generado unos ingresos de 440.000 euros, según la Consejería de Turismo. El gasto medio diario alcanza los 73,6 euros, con una estancia que supera los tres días. El 54% de los visitantes han llegado desde la propia región andaluza.

Amadeus factura 2.461 millones de euros en 2009 y se prepara para salir a Bolsa en los próximos meses

El proveedor tecnológico pretende sacar a Bolsa al menos el 25% de su capital en el primer semestre de este año

"Los resultados de 2009 siguen demostrando la solidez de Amadeus". Así lo confirma el proveedor de soluciones tecnológicas avanzadas para el Sector Turístico, que en dicho ejercicio ha facturado 2.462 millones de euros, un 1,7% menos que en 2008. Amadeus explica que aunque en el primer semestre del año se produjeron dificultades, en los trimestres posteriores se ha registrado "un



David Jones

crecimiento considerable" del beneficio bruto de explotación (Ebitda) y de los ingresos gracias a la recuperación del tráfico aéreo.

El Ebitda alcanza los 894 millones de euros, un 2,2% más, y el flujo de caja operativo antes de impuestos se sitúa en 779 millones de euros, un 11,7% más, debido a que la compañía se "benefició de la eficiencia de escala" como resultado de sus inversiones continuadas

en tecnología y sistemas. Además, el grupo reduce su deuda bruta hasta 3.288 millones, un 11,4% menos. El presidente y consejero delegado de Amadeus, David V. Jones, destaca que el fomento de la inversión en I+D ha permitido a la compañía "alcanzar una posición de liderazgo a nivel mundial".

Amadeus informa además que su evolución en los dos primeros meses de 2010 ha sido "sólida" y que el incremento de las ventas ha ido creciendo en intensidad hasta alcanzar tasas de dos dígitos "gracias a los buenos

resultados tanto en el negocio de la distribución, como en el de soluciones tecnológicas, y a la recuperación del tráfico aéreo". Además, concreta que las reservas aéreas realizadas por agencias de viajes se han incrementado un 9% en los dos primeros meses de 2010 respecto a hace dos años.

Salida a Bolsa

Amadeus tiene la intención de solicitar su admisión a cotización en las Bolsas de Valores españolas durante

el primer semestre de 2010, aunque precisa que la decisión final dependerá de las condiciones del mercado. La empresa prevé que la operación comprenda una oferta de sustitución de acciones (OPS) por parte de Amadeus IT Holding por valor aproximado de 910 millones de euros, que se destinarían a reducir su endeudamiento, y una oferta de venta de acciones (OPV) por parte de determinados accionistas actuales. Esto permitiría que al menos el 25% del capital de la compañía se encontrase repartido entre el público.

¡Muy cerca de ti,

La Vera

estalla la vida!

...

agua
fauna
tradiciones
gastronomía
de veras



Extremadura



La Vera

www.comarcadelavera.com

Con la financiación de la Secretaría de Estado de Turismo

Reserva para agencias en la página de Banyan



La página de Banyan Tree ofrece la información sobre sus hoteles de gran lujo en Méjico y Medio y Lejano Oriente, así como una sencilla gestión de reservas, que es válida para clientes, empresas concertadas y agencias de viajes.

Transporte terrestre en el entorno de Barcelona



El 'sitio' en Internet de la empresa Soler i Sauret ofrece, aunque sólo en catalán, la información sobre sus líneas regulares urbanas e interurbanas en el entorno de Barcelona y sobre sus servicios discrecionales de transportes en esa zona.

Nueva página oficial de Turismo en Canarias



Promotur ha sustituido su página oficial de Turismo de Canarias por una nueva, basada en herramientas 2.0, potenciando el área de información gráfica e incluyendo la gestión de *blogs*, redes sociales y la reserva de alojamientos y vuelos.

Información limitada sobre la Llotja de Lleida



La página web que ofrece la Llotja de Lleida, a pesar de su atractivo diseño, por el momento dispone de una información muy limitada sobre sus espacios y servicios, mientras que para conocer la programación de su teatro enlaza con otra página.

Europa prevé aprobar este año medidas para proteger a los clientes que reservan productos turísticos en la Red

La nueva normativa europea afectaría a los 'paquetes' dinámicos, que representan el 33% del mercado turístico

La Unión Europea (UE) sigue planteando la necesidad de aumentar la protección de los consumidores que utilizan el medio *online*. Si el pasado mes de diciembre era la comisaria europea de Protección de los Consumidores, Meglena Kuneva, quien aconsejaba la extensión de la protección básica que ofrece la Directiva europea de viajes combinados a los 'paquetes' dinámicos, ahora es el comisario de Salud y Política de Consumidores, John Dalli, el que ha confirmado que la Unión Europea podría aprobar una normativa para reforzar sus derechos.

Esta directiva, que podría estar vigente a finales de año, supone una nueva normativa de protección de los derechos de los consumidores en el medio *online*, dirigida, entre otras cosas, a defender los derechos de los ciudadanos europeos que recurren a Internet para contratar sus viajes y planes de vacaciones. Con esta nueva legislación se pretende actualizar la directiva de 1990, en la

que ni siquiera se cita la palabra Internet, y que limita la protección en caso de quiebra a los clientes de 'paquetes' turísticos adquiridos en turoperadores o agencias de viajes.

En este sentido, Dalli, que ha participado en la jornada 'La aplicación de los derechos de los consumidores', celebrada en Madrid, se ha referido a la necesidad de vigilar este tipo de comercio, de modo que no se produzcan abusos ni se apliquen cláusulas engañosas, y que exista el derecho a la devolución de la compra, incluso cuando ya se haya facilitado el número de tarjeta. En esta línea, la vicepresidenta de la Comisión Europea (CE), Viviane Reding, ha hecho hincapié en la necesidad de armonizar, en esta materia, los derechos de los consumidores en los Veintisiete Estados miembros.

"Dada la apertura de las fronteras al comercio gracias al mercado único, y ante el creciente uso de Internet, es importante que los casi 500 millones de ciudadanos de la UE go-

cen del mismo grado de protección", enfatiza la vicepresidenta. Por ello, los responsables de Consumo de la UE están llevando a cabo múltiples contactos con empresarios, organizaciones de consumidores y los propios Estados miembros para que esta directiva "llegue a buen puerto" antes de que concluya 2010.

El 33% de las ventas

Además de ser el continente más visitado por los turistas internacionales, Europa se mantiene como el principal emisor del planeta, con unas ventas de 246.000 millones de euros. Los viajes combinados clásicos, es decir, los comercializados por agencias de viajes y turoperadores, representan el 40% del mercado turístico. Por su parte, los denominados 'paquetes' dinámicos suponen el 33%.

En la actualidad, el 56% de los europeos organiza sus propias vacaciones en lugar de acudir a una agencia



Los 'paquetes' dinámicos suponen un tercio del mercado turístico.

de viajes. Asimismo, el número de consumidores que reserva 'paquetes' dinámicos va en rápido aumento. El 23% de los ciudadanos de la UE se ha decantado por esta forma de organización del viaje en los dos últimos años, y en países como Irlanda, Suecia y Eslovenia superan el 40%.

Para ilustrar la evolución de los 'paquetes' dinámicos, sólo hace falta analizar el mercado británico, uno de los grandes emisores de turistas.

En 1997, el 98% de los pasajeros procedentes de Reino Unido estaban protegidos por la Directiva europea de viajes combinados, mientras que en 2005 este porcentaje ya se había reducido al 50%. La CE también resalta que numerosos viajeros no son conscientes de su producción jurídica, revelando que el 67% de los consumidores que compraron 'paquetes' dinámicos pensaban erróneamente que estaban protegidos.

Avanza incorpora el servicio de pago PayPal para la adquisición de billetes en Internet

El operador de transporte prevé un incremento de las ventas a corto plazo

PayPal y Avanza han anunciado la firma de un acuerdo por el que el operador de transporte por carretera ofrecerá el servicio PayPal como forma de pago para los billetes de autobús que se reserven a través de www.avanzabus.com. La incorporación de este servicio proporciona un valor añadido a la imagen de marca de Avanza, además de favorecer un incremento de las ventas en Internet al ofrecerle un mercado potencial de 210 millones de usuarios de PayPal en todo el mundo y estar disponible en 190 mercados.

"La política de calidad de www.avanzabus.com, canal de servicios *online* de Avanza, tiene una clara orientación al cliente y a la mejora diaria de sus servicios siendo uno de ellos la facilidad de pago", señala el director de producto del departamento de marketing de largo recorrido de Avanza, Sergio Torío. "A la hora de elegir un medio de pago *online*, éramos conscientes de que debía ser un proceso



Página principal de Avanza.

fácil, ágil y, sobre todo, seguro, de tal forma que acudimos al mercado para conocer los referentes en la industria", explica, y "no tardamos mucho en comprobar que PayPal era la elección correcta e iniciamos el proceso de implementación", concluye.

La implementación de PayPal en la web de Avanza ha sido rápida y efec-

tiva. Tras la firma del acuerdo con PayPal tan solo fueron necesarios unos pocos días para ajustar los procedimientos técnicos y el propio personal de Avanza se encargó del proyecto, que se realizó de forma rápida y sencilla. La compañía prevé, por ello, que se produzca un notable aumento de las ventas *online* a corto plazo.

Best Western seguirá potenciando a sus diferentes canales 'online'

Best Western ha anunciado que seguirá potenciando su estrategia comercial con diferentes actuaciones, entre las que destacan novedades en la web, mantener su posicionamiento en los buscadores y ampliar su presencia en las redes sociales. La cadena ha explicado que también seguirá impulsando los acuerdos con distribuidores virtuales terceros.

El director de la cadena en España y Portugal, José Luis Diana, subraya que la comercialización virtual tiene una importancia "cada vez mayor" en el negocio hotelero. "Por ello, hemos sido uno de los pioneros en implementar las herramientas más novedosas de comercialización virtual, que sólo son accesibles para un hotel independiente a través de una gran cadena internacional".

Amadeus lanza LinkHotel, un nuevo servicio de distribución

Amadeus ha presentado Amadeus LinkHotel, un nuevo servicio de distribución y marketing dirigido a hoteles independientes y grupos hoteleros pequeños y medianos. La antigua Otedis, empresa de representación que adquirió Amadeus en 2005, constituye la base de esta mejora en el servicio.

Amadeus ha precisado que todos los hoteles miembros, tanto los

nuevos como los antiguos, migrarán a esta "nueva y mejorada plataforma de distribución" que, además de ofrecer sistemas de distribución mundiales y en Internet (GDS e IDS) con una plataforma de estándares abiertos, también ofrece herramientas de reserva, servicios de marketing y tramitación de comisiones. La nueva tecnología permite una "fácil" integración con otros sistemas hoteleros.

Reclamaciones

Reclamaciones en Semana Santa

Pregunta.- Soy director de Ventas de una agencia de viajes. Tras la Semana Santa, y como todos los años, a la vuelta de las vacaciones debo hacerme cargo de un gran número de reclamaciones. Necesito información sobre los seguros más adecuados para cubrir los incidentes más frecuentes en estas fechas para así poder hacer frente a estas reclamaciones para próximos años y que a su vez éstas se reduzcan en número.

Respuesta.- Es cierto que tras la Semana Santa aumenta considerablemente el número de reclamaciones, pues es el momento del año en el que se produce la mayor concentración de viajes en el menor espacio de tiempo. Los incidentes más comunes en Semana Santa son, por éste orden: los problemas producidos en los aeropuertos, los problemas de salud, los percances en los viajes de esquí y de aventura y las cancelaciones de los viajes.

Los problemas en los aeropuertos proceden del considerable aumento del tráfico aéreo en estas fechas, concentrado en pocos días, lo que genera la consiguiente multiplicación de los contratiempos asociados a los vuelos: cancelaciones, *overbooking*, retrasos, pérdidas de equipaje o demoras en su entrega, que son los motivos más comunes de reclamación. La segunda incidencia más frecuente después de la Semana Santa son los problemas de salud, debidos sobre todo a largas exposiciones al sol y a excesos de todo tipo. Por todos estos motivos, es importante concienciar a los clientes sobre la importancia de adquirir un buen seguro de asistencia, como por ejemplo, Multiasistencia Plus® que gracias a sus amplias coberturas, ayuda a evitar reclamaciones, pues el cliente se sentirá bien atendido por la compañía aseguradora.

Para los viajes de esquí y aventura es imprescindible que ofrezcas seguros más especializados. Las actividades que se realizan en este

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

tipo de viajes implican un alto riesgo de lesiones, y el precio de las atenciones y recogidas en pistas o entornos naturales es muy elevado. Debes ofrecer a tus clientes un seguro con amplias coberturas en caso de accidente o lesión. Los seguros Ski Plus® y Aventura Plus® son los que ofrecen mayores coberturas del mercado.

Las cancelaciones de los viajes son el tercer motivo de reclamación en Semana Santa, se producen por ser el momento del año en que los viajes se contratan con mayor antelación, aumentando el riesgo de que el cliente sufra un percance de última hora que le imposibilite disfrutar del viaje. Los seguros de cancelación son los más adecuados para este tipo de incidencias, te ayudarán a que los viajeros se animen a adelantar sus reservas pues estarán tranquilos ante cualquier contratiempo, incluyendo despido y quiebra de la empresa o ERE. Estas causas están contempladas en el seguro Anulación Plus®.

Todos los productos Plus están disponibles para las agencias de viaje en el Pack Plus de Intermundial, que ofrece una amplia gama de productos de alta calidad para todos los tipos de viajes que se comercializan en una agencia.

Optimizar recursos

Medidas para optimizar recursos

Pregunta.- Soy director de una agencia de viajes que ha experimen-

tu empresa. Hasta ahora el sector TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) ha sido el principal objeto de externalización de las agencias de viajes españolas, pioneras en este campo.

Al contratar un servicio *outsourcing*, tu agencia podrá concentrarse en las actividades que constituyen el núcleo central de tu negocio; los empleados se centrarán en las tareas en las que realmente estáis especializados, y se involucrarán más en la estrategia de negocio. La empresa proveedora de servicios externos aportará un equipo experto a coste ajustado que trabajará en un tiempo récord, pues la presión que ejercen los competidores hará que tu proveedor te ofrezca una buena relación calidad-precio.

Al contratar a una agencia externa de servicios dispondrás de un personal adicional especializado sin necesidad de incrementar la plantilla y los salarios. Las agencias de *outsourcing* se concentran en un número de actividades reducidas que realizan muy bien, por eso te ofrecerán servicios de mayor calidad que los que podrías obtener a nivel interno en tu empresa.

Otra de las ventajas que ofrece el recurrir a un proveedor de servicios

externos es la reducción de costes: las agencias de *outsourcing* prestan el mismo servicio a un gran número de usuarios y pueden ofrecer sus servicios a un precio más reducido del que supondría su desarrollo en el interior de tu agencia. Por otra parte, cambiará la naturaleza de los gastos a los que tiene que enfrentarse tu empresa, pues pasarás de tener unos gastos fijos internos dedicados a la actividad periférica, a unos gastos variables en función de la utilización del servicio contratado al proveedor.

Otro aspecto a tener en cuenta es la rapidez: frente al tiempo que tardarías en desarrollar ese servicio internamente desde el principio, la empresa proveedora realizará en el momento que lo necesites los trabajos en un tiempo menor que el que te ofrecerían los empleados de tu propia empresa.

El mayor inconveniente que presenta el *outsourcing* es la limitación de control sobre la actividad externalizada, por eso conviene que cuentes con un *controller* en el interior de tu agencia que dedique parte de su tiempo a la relación con los proveedores, a fin de que estén al corriente en todo momento de las necesidades de tu empresa.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es

Intermundial
correduría de seguros

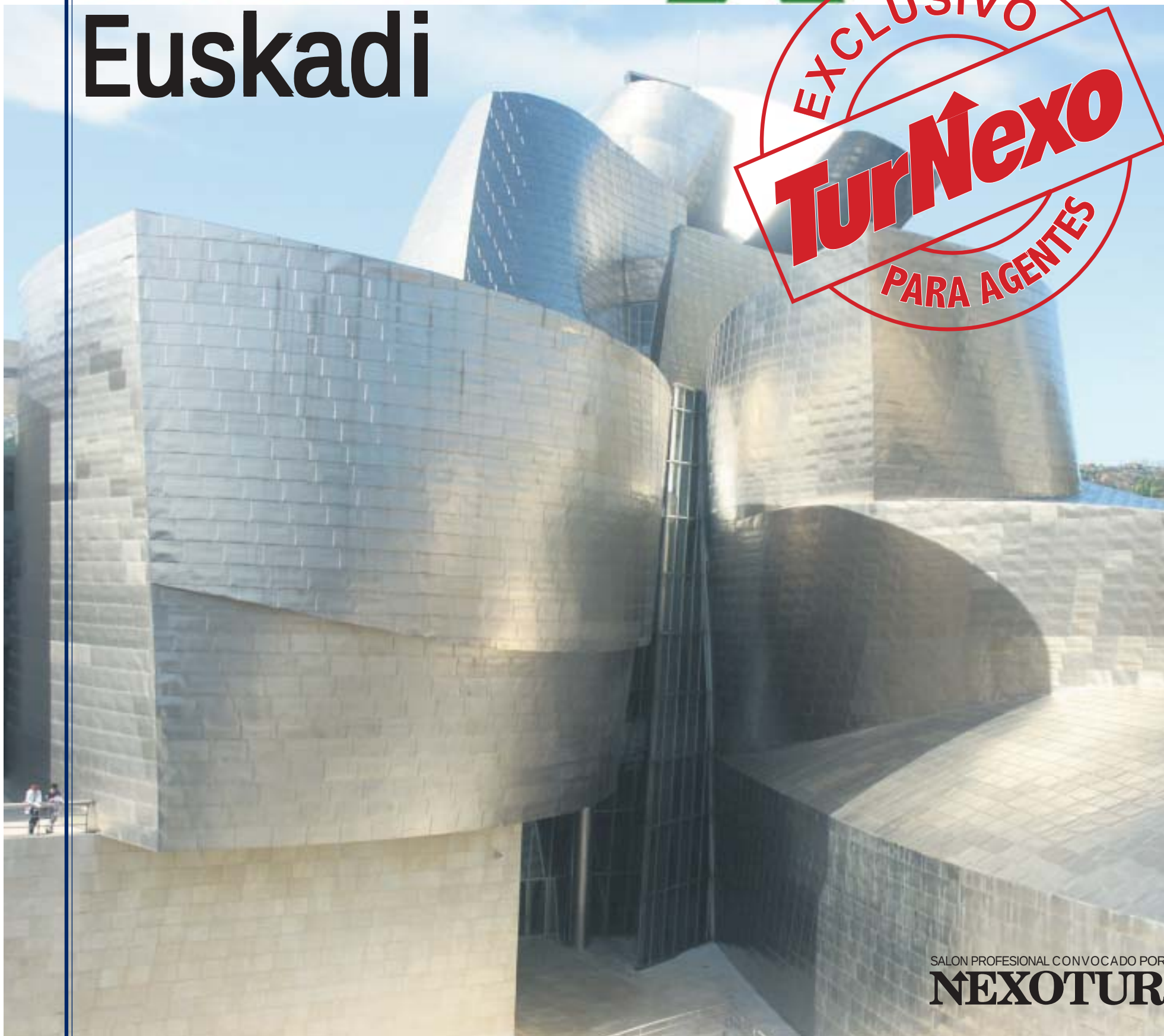
Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

100% Agentes

Turnexo

Euskadi



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 20 de Abril
Gran Hotel Domine Bilbao

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

Mostrador

Hotelcolor vuelve a doblar los puntos de Iberia Plus

Talonnario Hotelcolor continuará ofreciendo el doble de puntos Iberia Plus en compras de talones durante abril. Además, y sólo durante el período de referencia, facilita las condiciones de acceso a la promoción reduciendo a 12 el mínimo de talones a adquirir para beneficiarse de ella. También este mes, Hotelcolor ofrece a sus clientes una oferta de utilización de puntos Iberia Plus en el programa Hotelcolor con un 25% de descuento, lo que les permitirá disfrutar de un importante descuento en alojamientos, alquilar vehículos, etc.

✉ www.hotelcolor.es

Kuoni lanza ocho 'paquetes' para disfrutar del Mundial de Fútbol de Sudáfrica en junio

La mayorista ofrece combinaciones de entre 2.936 9.011 euros con estancias de entre tres y 15 noches

Kuoni ha diseñado ocho 'paquetes' para disfrutar en vivo a partir del próximo 11 de junio del Mundial de Fútbol en Sudáfrica. Todos ellos constan de noches de hotel y entradas para las diferentes fases.

Los hoteles incluidos en los 'paquetes' están situados céntricamente en Ciudad del Cabo, Durban y Johannesburgo. Las combinaciones son: cinco noches más una entrada para la Fase de Grupos, de 2.936 a 3.057 euros; 15 noches y tres entradas para partidos de la Fase de Grupos, de 5.526 a 5.890 euros; seis noches, más dos entradas para partidos de Octavos de Final, de 3.940 a 4.085 euros; cinco noches, una entrada para un partido

de Cuartos de Final, de 3.072 a 3.174 euros; nueve noches más tres entradas (una para Cuartos más dos Semifinales), de 6.537 a 6.756 euros; 12 noches más cuatro entradas (una para Cuartos más dos Semifinales más Final), de 8.720 a 9.011; siete noches más tres entradas (dos Semifinales más Final), de 7.437 a 7.645 euros; y tres noches más entrada para la Final, de 3.887 a 3.976 euros.

✉ www.kuoni.es



Kuoni ha diseñado diferentes opciones para vivir el Mundial.

Pierre & Vacances distribuye su nuevo catálogo para la temporada de verano

El grupo incluye sus nuevas marcas 'resorts' y 'premium'

Pierre & Vacances ha presentado su nuevo catálogo para la temporada veraniega en el que ya incluye sus dos nuevas marcas, una *resorts* y otra *premium*, lanzadas el pasado mes de febrero con el objetivo de adaptarse a las necesidades de cada cliente, y complementar las otras seis marcas del grupo vacacional.

La primera de ellas está orientada a las familias con niños, al reagrupar la oferta de los Villages Clubs de Pierre & Vacances en 15 *resorts* situados en Francia, las Antillas y España, mientras que la segunda, la más alta del grupo turístico, integra las Résidences

MGM y una selección de 19 *resorts* ubicados en el territorio francés.

El nuevo catálogo reúne una selección de 30 completos de apartamentos y hoteles en los destinos más emblemáticos de la Costa mediterránea y el mar Cantábrico, así como en algunas de las principales capitales europeas. Concretamente, nueve en la costa peninsular e italiana, seis en el litoral francés y Costa Azul, seis en Las Landas y País Vasco y ocho apartahoteles urbanos en ciudades europeas como Bruselas, Berlín, Viena, Marsella o Nantes.

✉ www.pv-vacaciones.com



Portada del catálogo de P&V.



La ruta Barcelona-Atenas tenía una frecuencia de cinco días a la semana.

Aegean Airlines conecta Atenas y Barcelona con un vuelo diario

Desde finales de marzo, tras el éxito de la ruta, Aegean ha pasado a operar el vuelo Barcelona-Atenas de cinco a siete días a la semana. La aerolínea prevé transportar 90.000 pasajeros entre ambas ciudades,

con una cuota de mercado del 70%. Hasta el 28 de febrero, Aegean transportó a más de 57.200 pasajeros entre la capital catalana y la griega, por encima de las previsiones iniciales.

✉ www.es.aegeanair.com



Cruise Roma y Barcelona de Grimaldi Lines.

Grimaldi propone celebrar convenciones en sus cruceros

Grimaldi Lines propone a las empresas la celebración de sus convenciones y viajes de incentivo a bordo de sus cruceros Cruise Roma y Cruise Barcelona, que unen la Ciudad condal con Roma y Cerdeña. La naviera propone tres fórmulas de viajes a medida: el *one*

way (una noche a bordo), *round trip* (dos noches a bordo) y *meeting weekend on board* (tres noches a bordo de sábado a martes). Las tres alternativas se adaptan a las exigencias de cada cliente, en función de sus necesidades.

✉ www.grimaldi-lines.com

El Hotel Balneario Sicilia diseña ofertas para diferentes tratamientos

Los tratamientos y circuitos de balneoterapia van de siete a nueve días

La temporada de termalismo ha comenzado en el Hotel Balneario Sicilia en Jaraba, Zaragoza, con una completa oferta de tratamientos y circuitos de balneoterapia. Dispone de seis programas termales para todo tipo de tratamiento desde el bienestar y estética termal, hasta el riñón y vías urinarias, pasando por reumatológico, respiratorio, circulatorio y antiestrés. Los precios van desde los 735 euros el tratamiento de bienestar, siete días en pensión completa, hasta los 945 euros, nueve días pensión completa para el de riñón y vías urinarias.

✉ www.balneariosicilia.com



Piscina del Hotel Balneario Sicilia en Jaraba, Zaragoza.

100% Agentes

Turnexo

Valencia

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 22 de Abril
Hotel Ayre Astoria

Nexopublic
CONSULTING



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

■ Club NEXOTUR

Hertz ofrece rebajas de hasta el 22% a los miembros del Club

Hertz ofrece descuentos del 15% fin de semana, del 10% resto de semana, del 5% internacional y del 22% furgonetas a los miembros del Club NEXOTUR. Todos los descuentos son para Espa-

Club NEXOTUR

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

ña y están sujeto a la disponibilidad de los vehículos. A la hora de hacer la reserva no olvidar mencionar el código cp=534576. Para ampliar la información sobre la oferta puede llamar al siguiente número: 902 402 405.

■ Fam Trip



El director de Mona Tours se ha reunido con responsables de Turismo de la isla.

Agentes israelíes conocen Fuerteventura

Una expedición del turoperador israelí Mona Tours ha conocido varios hoteles y puntos de interés turísticos de Fuerteventura. Asimismo, aprovechando el viaje, el director general de la agencia mayorista se ha reunido con el presidente del Cabildo, Mario Cabrera, y con la consejera de Turismo, Agueda Montelongo, para estudiar vías de colaboración.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 5 de abril

Ekaterina Ivashenkova, V.Nego&Ocio, Alcalá de Guadaira; Vicente Grijalvo Gil, V. Exatur, Talavera de la Reina; Ángeles Leira Ferreira, V. Bahía, El Ferrol; Almudena Fernández Monasterio, V. Iberia, Madrid; David Roca Carol, V.I.T.C., Mollet del Valles; Paula Lizarraga, V. Abando, San Sebastián; Cristian Forcadell, V.Barceló, Castellón.

8 6 de abril

Maximiliano Moreno, V. Califal, Córdoba; José M. Campos, V. Catedral, Sevilla; Jordi Bernadas, V. Orix, Barcelona; Conchi Ruiz Romero, V. Ian Travel, Alcazar de San Juan; Eva Cantillo, V. Nextel, Barcelona; Mano Arribalaga, V. Zugarramundi, Ondarroa; Francisco Martínez Mármol, V.Fama, Palma de Mallorca; José Campos Naranjo, V. Catedral, Sevilla; José Mª Campos Naranjo, V. Catedral, Sevilla; Silvia Folgueiras, Alpina Tour, San Sebastián Los Reyes.

8 7 de abril

Arancha Gomis, V. Parque Central, Valencia; Fernando De La Concepción, Vibilia, Alzira; Valentín López Molitia, V. Betula, Cazorla; Amancio Solveira Parga, V. Cristin, Ordenes; Antonio Martínez De La Peña, Circuitos y Vacaciones, Sevilla; Francisco Ballesteros Bruno, Alamo Tours, Fuente Alamo;

Erika Albert, V.Kariba, Cervera; Andrea Baquer, V. Castle Travel, Benidorm; Custodia González Lorenzo, V. Calima, Santa Cruz de La Palma; María Lorenzo, V. Marsans, El Ferrol.

8 8 de abril

Manoli Sánchez, V. Carmo, Sevilla; Elena Escuer, V. Halcón, Huesca; M. José Castaño, V. Zafiro Tours, Sevilla; Luis Carlos Alonso, V. Calerotours, Badajoz; Cristina Alcaraz, V. Evento Bcn, Barcelona; Puri Bernet, C.B. Travel, Barcelona; Andrés Campins, V. Campings, Mallorca; Luis A. Viyuela, V. Vire-Tours, Madrid; Juan Bazán, V. Mountain Travel, Jaca; José Mª García, V. Descubrir, Madrid; Mohamed Benyahya, V. Amal, Algeciras; Mª Mar Piña Sánchez, V. Santa Ponsa, Santa Ponsa; Iciar Rica, V. Galea, Las Arenas; Oscar Aragunde, El Rincón del Viajero, Vitoria; Mª José Ferreira, V. Guamá, Barcelona; Elisabet Balaguer Tarrago, Alex Tours, Barcelona; Mª del Mar Esteban, V. Safimar, Zarzaquemada.

8 9 de abril

Emma Carreras, V. Blana, Blanes; Esteban Molina, V. Fuengirola, Fuengirola; Luis Palao Cervantes, Delta Yecla, Yecla; Fernando Crespo Valenzuela, Uiajes Jabalcuz, Ubeda; Montse Díaz Salazar, V. Marsans, Daimiel; David Santamaría Riobó, V. Reysan, Valladolid; Javier

Rulo, V. Selvamar, San Boi de Llobregat; Carmela San Martín, V. Arosa, El Grove; Enrique Cuevas, V. Aneto, Zaragoza; Carol Deusa, Stemgandia Viatges, Gandia; Ángela Garcés, V. Garcés, Villalba.

8 10 de abril

Juan José Rafael Gómez, V. Interoceánica, Madrid; José Manuel Carrillo, V. Lora, Lora del Río; Luz M. Martín, V. SVQ, Sevilla; Manuel Alvarez, Agencia de V. Marine, Madrid; Pedro Fiol, V. Alcudia Tours, Puerto de Alcudia; Juan Olivares, V. Estibaliz, San Martín de la Vega; Paloma Cabrillo, V. Albertur, Salamanca; Almudena Gil Madrigal, V. Gianello, Madrid; José Carlos Ferreira, V. Airbus, Vigo; Patricia García, V. Adalia, Madrid; Silvia Boera, V. Reitur, Pala Frugell; Ofelia Ruiz, V. Eco-Color, Soria.

8 11 de abril

María Herradón, V. Marsans, Madrid; Francisco Gómez, Enclaves del Mundo, Madrid; Carlos Beltrán Benítez, V. Vegaltours, Don Benito; Susana Larsen, V. Dinamic, Benidorm; Olga García, V. Club Vida, Madrid; José Miguel Pérez-Klett, V. Marsans, Oviedo; Claudia Cabrera, V. People Express, Barcelona; Sonia Hoetmer, V. Levante Tours, Valencia; Sonia Hoetmer, Ruraltours, Valencia.

GIBRALTAR

Vuelos directos BCN - GIB y MAD - GIB con
ÁNDALUS LÍNEAS AÉREAS



andalus
LÍNEAS AÉREAS
www.andalus.es

GIBRALTAR
TOURIST BOARD

Para mas información Telf: +350 20074950 ó information@tourism.gov.gi

100% Agentes

Turnexo

Andalucia



Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

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

Nexopublic
CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

club N e x o t u r



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

H o t e l e r i a

Los alojamientos extrahoteleros registran un 7% menos de pernoctaciones en enero en comparación con 2009

Los 'campings' son los únicos que registran unos datos mejores que en el mes de enero del año pasado

Los alojamientos extrahoteleros de nuestro país (apartamentos, *campings* y establecimientos rurales) han registrado más de 4,5 millo-

nes de pernoctaciones en enero, un 6,9% menos que en el mismo mes de 2009, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

De esta forma, como explica el Instituto, "la crisis sigue pasando factura a un sector muy necesario para tirar de la economía española".

En el mes de enero, las pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros han obtenido un descenso del 6,9%, con un total de 4,5 millones. Para el INE, entidad que ha dado a conocer estos datos, estas cifras "constatan que la crisis sigue pasando factura a un Sector muy necesario para tirar de la economía española". Sin embargo, el Instituto ha matizado que estos datos de 2009 "no son directamente comparables con los anteriores" debido a la actualización en el directorio de alojamientos de Turismo rural de Canarias.

El descenso de las pernoctaciones en enero se debe, en gran parte, a la "intensa disminución" que se ha registrado en las pernoctaciones de los turistas extranjeros, que se redujeron un 9,2%, frente al aumento del 3,3% en el caso de los españoles. En cuanto a la estancia media, este valor ha descendido en el primer mes de 2010 un 7,5% en tasa interanual, hasta situarse en 7,6 pernoctaciones por viajero.

Por modalidades de alojamiento, los apartamentos y las casas rurales han obtenido menos pernoctaciones que en enero de 2009, pero los acampamentos turísticos "repuntaron" respecto al primer mes del año pasado. En concreto, las pernoctaciones en apartamentos han disminuido un 9,6% en tasa interanual, hasta situarse en 3,4 millones, debido al descenso de las pernoctaciones realizadas por los extranjeros, que se redujeron un 11,4%, frente al incremento del 4% en las efectuadas por los españoles.

Por su parte, los acampamentos turísticos han alcanzado en el mes de enero la cifra de 831.039 pernoctaciones, lo que supone un aumento del 3% con respecto a enero de 2009, mientras que los alojamientos de Turismo rural han sumado 298.054 pernoctaciones, con un descenso interanual del 0,5%. Además, las pernoctaciones de los viajeros españoles en *campings* se incrementaron un 1,4%.



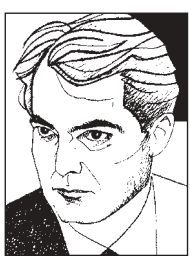
La caída de las pernoctaciones de extranjeros ha perjudicado al sector.

Por último y de acuerdo con los datos del INE, el índice de precios en apartamentos turísticos ha registrado una disminución del 1,6% en enero, una tasa superior en medio punto a la de diciembre de 2009.

Por su parte, el índice de precios en acampamentos turísticos ha experimentado un crecimiento interanual del 1,8% en enero y en los alojamientos rurales se ha registrado un descenso interanual del 1%.

Escarrer advierte de la 'alarmante' caída de la competitividad en España

El vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, ha mostrado su confianza en que este año sea "mejor que el dramático 2009" y ha subrayado que la cadena hotelera "deberá luchar" para "dar la vuelta al alarmante descenso de competitividad que está viviendo España desde hace diez años".



Sebastián Escarrer

Escarrer ha explicado que el peso del Turismo en la actividad económica de España ha perdido "más de un punto porcentual" y ha precisado que durante los últimos diez años el Turismo ha crecido a un ritmo "mucho más lento" que otros sectores de la economía de nuestro país.

En este sentido, Escarrer ha añadido que la situación a la que se enfrenta el Sector Turístico es una "conjunción de problemas coyunturales" derivados de la crisis económica internacional y nacional y que afecta a sus dos principales mercados emisores: el español y el británico. Además, ha señalado que el mercado turístico tiene unos "serios problemas estructurales" que necesitan "un plan de rescate" como el que han tenido otras industrias.

"El plan de rescate que pedimos pretende un liderazgo absoluto del Sector y una alianza pública y privada entre el

Ministerio de Turismo, el resto de departamentos nacionales y las Administraciones públicas autonómicas y locales", ha añadido.

Sol Meliá se ha adherido al proyecto 'Palma, Turismo sostenible' impulsado por el Ayuntamiento para "difundir y comunicar sus actuaciones en materia de sostenibilidad" e informar a los ciudadanos y a los turistas de los avances que se producen en este ámbito.

Al respecto, la alcaldesa de Palma de Mallorca, Aina Calvo, ha explicado que el objetivo del acuerdo es "vincular la ciudad con la idea de un destino turístico sostenible" en un marco de "colaboración entre el sector público y privado". "Nuestra compañía está convencida de que la sostenibilidad es una herramienta para que las industrias puedan ser más competitivas y además y tras la crisis económica, las alianzas entre el sector público y el privado cobran más protagonismo", ha manifestado Escarrer. En este sentido, ha destacado que la interferencia del Turismo con el entorno social, cultural y medioambiental es "mayor que en ninguna otra industria" y ha apuntado que "sin la sostenibilidad no hay industria turística".

La inversión hotelera en España descende un 25% en el año 2009

El volumen de inversión en hoteles durante el año pasado en nuestro país ha sido de 540 millones de euros, un 25% menos que en 2008, debido principalmente a la "escasez de crédito" y a las "discrepancias" entre compradores y vendedores a la hora de evaluar los activos, tal y como ha explicado BNP Paribas. En cuanto a la operación "prototipo" que se llevó a cabo en 2009, ésta fue la compra-venta de activos individuales, "por lo general hoteles de tamaño pequeño o mediano y por debajo de 20 millones de euros".

En lo que respecta a 2010, BNP Paribas ha anunciado que será "todavía un año difícil", aunque es previsible que las transacciones aumenten debido a las "mejores condiciones económicas, la creciente confianza de los inversores y la entrada de nuevo *stock* procedente de la venta de activos en dificultades".

Además, la empresa analista ha subrayado que las entidades financieras se han convertido en "importantes actores" en este segmento debido a la deuda contraída por los propietarios, mientras que los inversores están buscando "activos estratégicos gestionados por reconocidas cadenas que garanticen unas rentabilidades atractivas".

En cuanto al mercado europeo, BNP Paribas ha señalado que las turbulencias financieras han impactado en el Sector "hasta los últimos meses de 2009" y que a partir de entonces se ha registrado un "ligero crecimiento" que anuncia una "recuperación gradual". Además, la recesión económica ha contribuido a que se produzca un cambio en las tendencias de viajes como los viajes domésticos en lugar de al exterior, un menor gasto tanto en el Turismo de negocios como en el de ocio, un recorte de la estancia media y las reservas de último minuto y una reducción en la frecuencia de las salidas.

España ha sido, entre los principales destinos turísticos de Europa, el más afectado en 2009 debido a la caída en el número de turistas de sus principales mercados emisores: Alemania, Francia y, especialmente, el Reino Unido, tal y como ha destacado BNP Paribas. "Aunque la política de muchas cadenas hoteleras ha sido la reducción de tarifas, promociones y descuentos, los precios en España no están al nivel de otros destinos mediterráneos, como Turquía, Grecia o Croacia, elegidos en esta coyuntura porque son más accesibles", ha añadido la empresa.

■ Producto

InterContinental abrirá tres nuevos hoteles en Portugal que aportarán 600 habitaciones

InterContinental Hotels Group (IHG) abrirá tres nuevos hoteles en Portugal en 2010, de las marcas InterContinental, Holiday Inn y Crowne Plaza, que aportarán a la compañía 600 habitaciones. IHG ha anunciado que durante el primer semestre se inaugurará el Hotel Crowne Plaza Vilamoura, con 327 habitaciones, en julio se abrirá el Holiday Inn Figueira da Foz, con 158 habitaciones, y a finales de año se incorporará el InterContinental Porto Palácio das Cardosas, con 109.

Radisson Blue inaugura su primer hotel en España, cerca del Museo del Prado

La cadena de origen nórdico Radisson Blu ha inaugurado su primer hotel en España, el Blu Hotel Madrid Prado, el primer establecimiento con el que cuenta la compañía en nuestro país. El hotel dispone de 54 habitaciones, seis de ellas *suites* con vistas al Museo del Prado. El hotel cuenta, entre otras instalaciones con *spa*, sauna y cabinas de tratamiento, zona de *fitness*, el restaurante The Cask y también un bar-lounge.

W Hotels prevé duplicar su cartera de establecimientos en todo el mundo hasta 2011

W Hotels prevé duplicar su red de establecimientos en todo el mundo en 2011, según ha explicado la compañía, que cuenta con 36 establecimientos en marcha, uno de ellos en Barcelona. Después de este hotel en la ciudad condal, que abrió sus puertas en octubre, la cadena perteneciente al grupo Starwood prepara el desembarco en Londres, donde inaugurará un hotel próximamente y, de cara al verano, abrirá otro en San Petersburgo (Rusia).

Hoteles Center se integra en 'Save our Trees', iniciativa medioambiental

Hoteles Center se ha unido al proyecto medioambiental 'Save our Trees', iniciativa internacional cuyo objetivo es promocionar el uso de folletos y catálogos digitales (folletos verdes) creados para reducir el consumo de papel. La cadena ha explicado que esta iniciativa ayudará a disminuir en "más de un 50%" su consumo.

España continúa como uno de los países con los hoteles más baratos de Europa, con una media de 85 euros

La ciudad española con los hoteles más caros es Palma de Mallorca con 111 euros y la más barata León con 63 euros

El precio medio de los hoteles españoles durante marzo ha sido de 85 euros, un euro más que en febrero. De esa forma, se ha situado como el

quinto destino europeo más barato por delante de Portugal, Polonia, Hungría y Bulgaria, según el informe del portal online Trivago. En el

otro extremo se encuentran países como Noruega o Suiza, que prácticamente doblan la tarifa, con 157 y 155 euros, respectivamente.

El trivago Hotel Price Index (tHPI) de marzo muestra que España sólo supera en tarifas medias a Portugal (78 euros), Bulgaria (68 euros), Hungría (67 euros) y Polonia (65 euros), con 85 euros. En este punto, el estudio del portal online Trivago destaca que, a pesar de la "crisis" que afecta a las arcas públicas griegas, los hoteles de este país "consiguen mantener el tipo con un precio medio de 92 euros".

En el otro extremo, algunos países del continente "prácticamente doblan" las tarifas de los hoteles españoles. Es el caso de Noruega, con una media de 157 euros o Suiza con 155 euros. En cuanto a las ciudades de nuestro país, el tHPI revela que la mayor caída se produce en Valencia,

con una diferencia del 23% respecto a marzo de 2009 y Murcia y Pamplona, donde el descenso de los precios ha sido del 20%. Por su parte, Palma de Mallorca, aunque registra una caída del 8%, sigue siendo la ciudad más cara de España con 111 euros de media, seguida de Barcelona con 109 euros y San Sebastián con 104 euros. La ciudad condal, además, es una de las pocas que registra un incremento en sus precios respecto a marzo del año pasado, un 5% más, ya que los hoteles de la capital guipuzcoana también tienen unas tarifas más bajas que en el mismo mes de 2009, concretamente un 15% menos.

Los destinos más baratos de nuestro país son León con 63 euros

de media, Murcia con 65 euros, Santander con 68 euros y Santiago de Compostela y Oviedo, ambas con 69 euros de media. De esta forma, los precios medios de las ciudades españolas reflejan "diferencias considerables" con muchas de las grandes urbes europeas, tal y como ha subrayado Trivago.

Así, Ginebra vuelve a ser este mes la ciudad más cara del continente en lo que a hoteles se refiere, con un precio medio de 195 euros, seguida de Oslo con 157 euros y Milán con 153 euros. Por último, las ciudades más baratas del continente son Cracovia (Polonia) con 64 euros, Budapest (Hungría) con 65 euros y Praga (República Checa) con 68 euros.



León es la ciudad española más barata.

Rivero advierte que 'no se pueden tirar los precios' en el sector en Canarias

El presidente se ha reunido con las cadenas con mayor implantación en las islas

El presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero, ha asegurado que "no se pueden tirar los precios" en el sector, al mismo tiempo que ha subrayado

que el archipiélago es un "producto de calidad". "Bajar las tarifas es fácil, pero es muy complicado recuperarlas en el futuro", ha señalado.

Rivero se ha reunido en Tenerife con los siete grupos hoteleros de mayor implantación en Canarias —Barceló, Riu, Sol Meliá, Bahía Príncipe, Iberostar, H10 y Lopesan— y ha destacado que el archipiélago reúne las condiciones para ser "competitivos" desde la "apuesta por la calidad". En este sentido, el presidente autonómico ha manifestado que se trata de trasladar un mensaje de que estamos trabajando "a corto y largo plazo" para que Canarias siga siendo un "destino turístico de futuro".

Además, ha insistido en que las islas "se han confirmado como marca de referencia" y que es también "muy importante" escuchar sugerencias.

Así, Rivero ha recordado el acuerdo alcanzado entre Administraciones y agentes que se fraguó en un pacto con el horizonte de 2020 y que contempla la calidad desde un punto de vista "integral", al mismo tiempo que no sólo se pone en valor el 'sol y playa' "sino también su paisaje, gastronomía o el cuidado de los pueblos". Además, el presiden-

te autonómico se ha referido a la "rehabilitación" de la planta hotelera que se ha llevado a cabo en Canarias y ha mencionado la Ley de Medidas Urgentes o los créditos ICO.

Por último, Paulino Rivero ha explicado la participación de la Comunidad autónoma en la ITB de Berlín y ha manifestado que las expectativas son "alentadoras" en lo que se refiere al número de vuelos a Canarias, las reservas de slot y contrataciones en el Reino Unido, Alemania o la Península.

Galicia y Cehosga desarrollan un programa piloto de asesoramiento individualizado

La colaboración se amplía también a acciones formativas sobre diferentes temas

La Secretaría General de Turismo de Galicia, en colaboración con la Confederación de Hostelería de Galicia (Cehosga), pondrá en marcha un programa de

asesoramiento a los establecimientos turísticos para "mejorar su competitividad" e impartirá también planes de formación sobre diferentes temas.

La secretaria general de Turismo, Carmen Pardo, se ha reunido con el nuevo presidente de la Confederación de Hostelería de Galicia, Héctor Cañete, y después del encuentro han firmado un convenio para desarrollar actividades conjuntas.

Entre las nuevas iniciativas en las que van a colaborar ambas entidades, Pardo ha destacado un programa piloto de asesora-



Carmen Pardo

ramiento individualizado a los establecimientos, que se llevó a cabo a finales de 2009 y que, ante los "satisfactorios resultados", se extenderá este año a todos los establecimientos turísticos que lo deseen. "Vamos a explicar a los hosteleros las ventajas de mirarse un poco el ombligo", ha señalado Pardo, al mismo tiempo que ha subrayado que el programa, cofinanciado por

la Xunta, ofrecerá "formación a los establecimientos en mejora de la gestión y de la competitividad".

Además, se pondrán en marcha acciones de formación, como la que explicará la modificación de la Ley de Turismo de Galicia para que los hosteleros la conozcan "al dedillo". Por su parte, Héctor Cañete ha apostado por la "colaboración" para trabajar en una "apuesta por la calidad" y la certificación 'Q' en alojamientos y restaurantes y la formación e innovación en el Sector.

Producto

Travelodge tiene previsto aumentar su cartera en España con un hotel en Sevilla

Travelodge prevé inaugurar en el primer trimestre de 2011 un nuevo establecimiento 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. La directora de Marketing y Ventas de Travelodge en España, Maribel Rodríguez, precisa que la cadena está "a un par de pasos burocráticos" de comenzar los trabajos de reconversión del edificio.

Starwood invertirá 738 millones para incorporar 50 hoteles en Europa

Starwood Hotels & Resorts invertirá 738 millones de euros hasta 2012 para incorporar 50 hoteles en Europa, África y Oriente Próximo. Además, destinará 202 millones de euros a la renovación de sus establecimientos en Europa. Recientemente, Starwood ha abierto el Sheraton Bratislava (Eslovaquia), un hotel de 209 habitaciones al que se unirán los nuevos de la cadena en Batumi (Georgia), Rodas (Atenas) y Milán (Italia) los próximos meses. Por otro lado, la tiene previsto introducir algunas de sus cadenas en diferentes países del mercado europeo.

Este verano abrirá en Cascais un cinco estrellas dirigido al segmento MICE

Quinta da Marinha Original tiene previsto abrir este verano un nuevo hotel de cinco estrellas dirigido al mercado corporativo. Se trata del The Oitavos, situado a 20 minutos de Lisboa, dentro del Parque Nacional de Sintra Cascais, que cuenta con un centro de conferencias para 300 personas. Este centro, caracterizado por disponer de una "tecnología sofisticada", según sus propietarios, cuenta, además de la sala principal, con otros cinco espacios y servicios de catering para albergar hasta 150 personas.

Expohoteles & Resorts gestionará hoteles para terceros en Europa

Expohoteles & Resorts gestionará hoteles para terceros, además de continuar con su estrategia de comprar nuevos activos para sumar a la gestión propia, con el objetivo de "complementar su estrategia de expansión". La cadena ha manifestado que en Europa está evaluando posibilidades en París, Londres, Roma, Berlín y "algunas otras capitales" en las que está buscando hoteles "con el mismo perfil que los ya adquiridos".

Derby y Boscolo refuerzan su peso en el mercado de lujo de Europa

La cadena hotelera catalana Derby Hotels Collection y la italiana Boscolo Hotels han firmado un acuerdo "estratégico" para "reforzar su peso en el mercado turístico de lujo en Europa uniendo sinergias de sus áreas comerciales y de marketing". El presidente de Derby Hotels, Jordi Clos, ha destacado las virtudes del acuerdo entre "dos familias hoteleras" y ha recordado que se trata de una alianza "insólita", ya que "no ha sido fácil dar con un socio que comparta la misma filosofía del negocio".

Mediante el acuerdo, ambas cadenas compartirán su red comercial y en sus páginas webs aparecerá la enseña de la otra como enlace. Así, los clientes de Boscolo podrán acceder a los 15 hoteles de Derby, ubicados en Barcelona, Madrid, Londres y París, mientras que los de Derby lo harán a la red de 23 hoteles de cuatro y cinco estrellas que Boscolo posee en destinos europeos como Budapest, Praga, la Costa Azul francesa y en gran parte Italia, en las ciudades de Milán, Roma, Venecia y Bolonia, entre otras.

"Ampliamos nuestro target de clientes", ha explicado el director general de Boscolo Hotels, Roberto Boscolo, que ha recordado que la joint-venture con Derby es "única en el mundo". En cuanto a la posibilidad de llevar a cabo una operación corporativa entre ambas cadenas, Clos ha reconocido que "nunca se puede descartar nada" y que ya han hecho "lo difícil", que es "conocernos".

Hoteles Center tiene nueva versión de su 'web' basada en tecnología 2.0

Hoteles Center ha desarrollado una nueva versión de su web en la que, manteniendo el sistema de gestión de reservas 'ihotelier', que es válido para las agencias, amplía de forma significativa la información sobre sus establecimientos, incluyendo la tecnología 2.0.



www.hotelescenter.es

La cadena hotelera con sede en Granada y ocho hoteles en diversas ciudades españolas, ya disponía de una página en Internet en la que podían gestionar reservas, tanto los clientes finales como las agencias de viajes y las empresas concertadas. Ahora presenta una nueva versión, desarrollada con tecnología 2.0, en la que manteniendo estas facilidades, ha mejorado sensiblemente la información sobre sus establecimientos y otros servicios a los usuarios, manteniendo las mismas versiones que la anterior en castellano, catalán, inglés, francés y alemán.

===== INFORMACIÓN =====

Se accede a cada hotel desde la primera página. Presenta una completa descripción en varias pantallas, con información de sus habitaciones y salones con su plano, así como su mapa de situación y las opiniones de los clientes. Permite descargar su catálogo.

▲ **Lo Mejor / Completa**

Por su amplia información y su gestión de reservas resulta una herramienta muy completa para clientes y agencias.

===== RESERVA =====

Mantiene el sistema estándar de reservas 'ihotelier', muy bien diseñado, que permite toda la gestión de los datos de la reserva en dos pantallas. Contempla la cancelación y modificación de reservas y ofrece áreas específicas para agencias, empresas y otra para la gestión de grupos.

▼ **Lo Peor / Cobertura**

Su oferta se limita únicamente a ocho hoteles urbanos situados en algunas grandes ciudades españolas.

===== GENERAL =====

Además de la información que ya existía sobre la empresa, sus ofertas de empleo con un formulario de solicitud, sus ofertas y de noticias sobre la cadena, que ya existía, incluye nuevos apartados de promociones, vídeos, fotos panorámicas y un blog corporativo.

CENTER / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva web de Hoteles Center ha ampliado la oferta a sus usuarios con una información mucho más completa de los establecimientos y de sus servicios para reuniones y banquetes, por lo que resulta una herramienta interesante para los profesionales de Turismo.

8.0



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información y de gestión, noticias, ofertas y una sección de enlaces directos.



Producto / Ofrece una amplia descripción de cada hotel, en varias pantallas, con especial atención a reuniones y banquetes.



Reserva / Sigue utilizando el sistema de reservas estándar 'ihotelier', muy completo y con un área específica para agencias.

SunExpress presenta sus vuelos desde Turquía al centro de Europa

La página de SunExpress ofrece al usuario final información y la gestión de reservas sobre sus vuelos entre destinos en Turquía y aeropuertos de Alemania, Austria y países nórdicos, además de alojamientos, coches y servicios de transfer.



www.sunexpress.com

La página de la compañía aérea SunExpress, perteneciente a Lufthansa y Turkish Airlines, ofrece, únicamente al cliente final, la posibilidad de consultar y gestionar reservas sobre sus vuelos desde Turquía, traslados en sus aeropuertos de destino y alojamientos y alquiler de coches en todo el mundo. También incluye un formulario para que las agencias soliciten cotizaciones de grupos, un calendario de ofertas y un amplio conjunto de información sobre la compañía. Por otro lado, la página presenta versiones en inglés, alemán y turco.

===== INFORMACIÓN =====

Presenta todos sus destinos en un plano activo y al pulsar uno de ellos informa sobre sus vuelos. También permite consultar el horario de vuelos por origen destino y fecha, aunque no da ninguna respuesta y ofrece un calendario de sus ofertas especiales.

▲ **Lo Mejor / Reserva**

Ofrece un sistema de reservas de sus vuelos, y otros servicios turísticos muy completo y de fácil uso.

===== RESERVA =====

Su sistema de reservas permite gestionar fácilmente sus vuelos, así como hoteles y coches de alquiler en todo el mundo y servicios de transfer en algunos destinos. Es válida únicamente para el cliente final, pero ofrece a las agencias un formulario para grupos.

▼ **Lo Peor / Cobertura**

No dispone de vuelos desde España. Tampoco ofrece versión en castellano ni gestión de reservas desde las agencias.

===== GENERAL =====

La página dispone de una amplia sección con información sobre la compañía, su historia, flota, objetivos y mercado al que está dirigida y todos los mayoristas con los que trabaja. También ofrece la descripción de sus destinos y de sus principales monumentos.

SUNEXPRESS / Línea Aérea

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									
6	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	BILLETE ELECTRONICO									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de SunExpres resulta de muy poco interés para los profesionales españoles de Turismo, ya que además de no disponer de vuelos desde España, sólo permite a las agencias solicitar cotizaciones de grupos y no tiene versión en castellano.

6.5



Entrada / Ofrece el acceso a sus áreas de información, a algunas ofertas y la primera pantalla de reservas.



Producto / Presenta sus trayectos seleccionando un origen en un plano activo y en un buscador que nunca encuentra vuelos.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas, no válido para las agencias, excepto para la cotización de grupos.

El 'sitio' Venezuela Digital informa de zonas y alojamientos turísticos

La página sobre Turismo en Venezuela que presenta esta empresa privada, ofrece una información adecuada de algunas de sus principales zonas turísticas y la relación de alojamientos de cada zona, aunque sin ningún tipo de gestión de reservas.



Venezuela Digital ha desarrollado una página de información sobre temas de interés turístico en dicho país, del que no hemos podido encontrar una página oficial de Turismo. En ella describe las zonas de más interés, incluyendo su descripción, geografía, historia, geografía, playas y flora y fauna, incluyendo algunas fotografías y vídeos. En cuanto a servicios sólo ofrece la relación y descripción básica de alojamientos por zona y localidad, sin gestión de reservas aunque en algunos casos incluye el enlace con su página. Todo ello únicamente en español.

===== INFORMACIÓN =====

Estructura toda la información turística por zonas, cuya relación presenta en la primera página. Por cada zona ofrece pantallas de descripción general, actividades, geografía, flora, historia y alojamientos, con una información general en cada caso y algunas fotografías y vídeos.

===== RESERVA =====

Desde la primera pantalla, se accede a una relación de alojamientos por zona y localidad. Sólo presenta una breve descripción y sus formas de acceso, así como el enlace con su web cuando existe. También presenta algunos alojamientos desde la descripción de una zona.

===== GENERAL =====

La página incluye alguna información sobre Venezuela Digital y los servicios que ofrece en Internet a los propietarios de establecimientos turísticos. También incluye algunas noticias, artículos de colaboradores, biografías y un formulario de contacto.

▲ **Lo Mejor / Oportuna**

Resulta de mayor interés porque es la única web que ofrece información estructurada sobre Turismo en Venezuela.

▼ **Lo Peor / Servicios**

Ofrece una descripción muy limitada de los alojamientos, sin gestión de reservas ni información sobre otros servicios.

VENEZUELA / 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 de Venezuela Digital presenta una información limitada sobre los temas de interés turístico en el país y en cuanto a servicios, únicamente la relación de los alojamientos por zona y localidad, pero puede resultar de interés para los agentes que no disponen de otra información en Internet.

5.0



Entrada / Presenta el acceso a una guía de hoteles por zonas, la descripción de algunas zonas y el acceso a las mismas.



Producto / Desde la primera pantalla se accede a cada zona, de las que presenta su descripción en varias pantallas.



Reserva / Ofrece únicamente una relación de alojamientos por zona, con sus datos generales y el enlace con su web si existe.

e-Mountain facilita todo tipo de servicios turísticos en Argentina

Planificación Turística e-Mountain permite al cliente final gestionar un amplio conjunto de servicios y programas turísticos en múltiples destinos en Argentina, así como algunos servicios en gran parte del mundo mediante enlaces con otras centrales



La página de e-Mountain, empresa turística argentina, presenta con una estructura adecuada pero con un diseño de pantallas mejorable, hoteles, posadas, 'paquetes' y excursiones por destino en Argentina, además de todo tipo de vuelos con origen en Buenos Aires y un amplio conjunto de alojamientos y alquiler de coches en todo el mundo, aunque todo ello enfocado únicamente al cliente final. Por otro lado, aunque la página se presenta únicamente en castellano, ofrece un traductor a inglés, portugués, francés, italiano en alemán.

===== INFORMACIÓN =====

Para cada destino en Argentina presenta una descripción general y la de sus hoteles, posadas y otros tipos de servicios y 'paquetes' turísticos. En los productos internacionales permite una selección paramétrica y ofrece una descripción ajustada al tipo de producto.

===== RESERVA =====

Presenta diferentes tipos de gestión de reservas dependiendo del producto y del proveedor, en unos casos con confirmación online, mientras en otros queda pendiente de cotización o de confirmación. La reserva es válida sólo para usuarios finales, estén o no registrados.

===== GENERAL =====

La página ofrece muy poca información sobre la empresa, indicando únicamente sus formas de contacto y presentando su registro en la Secretaría de Turismo del Gobierno Argentino. También incluye las normas de uso de sus servicios y una ayuda al usuario.

▲ **Lo Mejor / Muy completa**

Ofrece una sencilla gestión de un amplio conjunto de productos turísticos en Argentina y el resto del mundo.

▼ **Lo Peor / Presentación**

Aunque la estructura de accesos permite una gestión adecuada, el diseño de sus pantallas es muy mejorable.

E-MOUNTAIN / 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

A pesar de su amplia oferta y su completa información sobre servicios y programas turísticos en Argentina, la página de e-Mountain ofrece poco interés a los profesionales turísticos españoles, que pueden consultar su información pero no gestionar en ella sus reservas.

7.0



Entrada / Presenta el acceso a la gestión de un amplio conjunto de productos y servicios turísticos en gran parte del mundo.



Producto / Seleccionando un destino en Argentina, ofrece su descripción, la de sus hoteles, posadas y otros servicios.



Reserva / Presenta una gestión de reservas ajustada a las características de cada tipo de producto, que no es válida para las agencias.

indicadores

■ EL PULSO

BSP positivo al fin

MUY POCO Y PARTIENDO de bases muy bajas, pero en febrero por fin el BSP presentó tasas de crecimiento positivas en casi todos los destinos, pues sólo se dieron las excepciones de Europa, que mantuvo la estabilidad, y los vuelos nacionales, que siguen en picado, con un descenso del 12%,



JOSÉ ARQUERO

para dar un aumento de la producción neta total del 1% en el mes, aunque manteniendo un descenso del 1% desde primeros de año. Y con

algunos destinos como América o Extremo Oriente que presentaron incrementos de dos dígitos en el mes de febrero.

Llama la atención la diferente evolución de los vuelos nacionales con relación al resto, incluidos los europeos. Da la sensación de que se vuela cuando no se tiene más remedio, buscando otras alternativas más económicas, o más eficaces en las distancias más cortas, alternativas que van dese la simple supresión del viaje sustituido por la telecomunicación, al uso de otros medios incluyendo el vehículo propio.

Previsión

\$

Dólar USA

25.3.2010

1,355 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,414\$/€
	6 Meses	1,411\$/€
	12 Meses	1,410\$/€

¥

Yen Japonés

25.3.2010

122,860 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	122,023¥/€
	6 Meses	121,721¥/€
	12 Meses	121,728¥/€

£

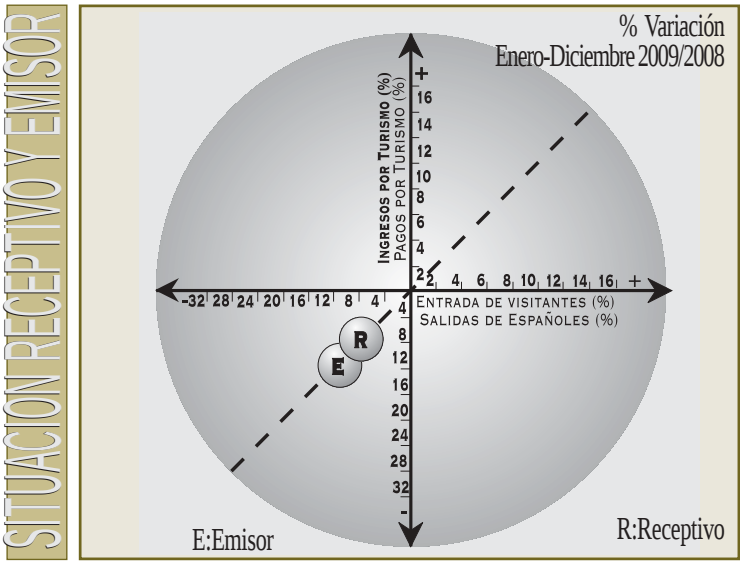
Libra Esterlina

25.3.2010

0,895 £/€

Precios del Seguro de Cambio

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



■ INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

CONTINÚAN LAS DIVISAS con un continuo baile de cotizaciones, y la relación dólar-euro tan pronto se aproxima a los 1,35 como a los 1,38. El mercado parece que se encuentra bastante ajustado en esta horquilla, con ocasionales incursiones hasta los 1,40. Pero dentro de ellos es de esperar que se registren bruscas oscilaciones, siempre en coin-

cidencia con asuntos político-económicos (crisis en Grecia y otros países europeos, declaraciones sobre Oriente Medio, etc.) que tensarán el mercado de divisas, aunque no parece probable que se produzca la tan temida macroespeculación para hundir al euro, pues la propia exportación norteamericana y asiática es la última interesada en ello y la impedirá.

El INDICE 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	62,27	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,08
ALBANIA	Lek	138,86	DJIBOUTI	Franco	236,74	LIBANO	Libra	2.031,23	RUSIA	Rublo	39,64
ANGOLA	Kwanza	123,63	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,65	LIBERIA	Dólar	94,70	SALOMON	Dólar	10,85
ANT. NEERL.	Guilder	2,42	ECUADOR	Dólar	33.820,00	LIBIA	Dinar	1,70	SAMOA OCC.	Tala	3,36
ANTIGUA	Caribe	3,65	EEUU	Dólar	1,35	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,65
ARABIA SAUDI	Rial	5,07	EGIPTO	Libra	7,41	MACAO	Pataca	10,81	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,65
ARGELIA	Dinar	98,57	EL SALVADOR	Colón	11,83	MACEDONIA	Denar	61,35	SANTA HELENA	Libra	0,90
ARGENTINA	Peso	5,22	ERITREA	Nakfa	20,29	MADAGASCAR	Ariary	2.882,82	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,65
ARMENIA	Dram	541,80	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,47	SAO TOME	Dobra	24.357,20
ARUBA	Florin	2,42	ETIOPIA	Birr	18,19	MALAWI	Kwacha	204,00	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,48	FIJI	Dólar Fiji	2,60	MALDIVAS	Rupia	17,32	SERBIA	Dinar	99,80
AZERBAIJAN	Manat	1,09	FILIPINAS	Peso	61,57	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	15,72
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,35	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,90	SIERRA LEONA	Leone	5.261,26
BAHRAIN	Dinar	0,51	GAMBIA	Dalasi	36,26	MARRUECOS	Dirham	11,19	SINGAPUR	Dólar	1,89
BANGLADESH	Taka	93,68	GEORGIA	Lari	2,35	MAURICIO	Rupia	41,06	SIRIA	Libra	61,85
BARBADOS	Dólar Barbados	2,71	GHANA	Cedi	1,93	MAURITANIA	Ouguiya	358,49	SOMALIA	Shilling	1.984,56
BELIZE	Dólar Belize	2,64	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,65	MEXICO	Peso	16,99	SRI LANKA	Rupia	154,29
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,35	MOLDAVIA	Leu	16,89	SUAZILANDIA	Lijangeni	9,94
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,35	GUATEMALA	Quetzal	10,85	MONGOLIA	Tugrik	1.912,86	SUDAFRICA	Rand	9,94
BHUTAN	Ngultrum	61,56	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,14
BIELORRUSIA	Rublo	4.015,11	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTSERRAT	Dólar	3,65	SUECIA	Corona	9,69
BOLIVIA	Boliviano	9,50	GUINEA ECUAT.	Franco	6.797,83	MOZAMBIQUE	Metical	43,38	SUIZA	Franco	1,44
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	275,96	MYANMAR	Kyat	8,67	SURINAM	Dólar	3,71
BOTSWANA	Pula	9,11	HAITI	Gourde	53,77	NAMIBIA	Rand	9,94	TAILANDIA	Baht	43,68
BRASIL	Real	2,43	HONDURAS	Lempira	25,56	NAURU	Dólar	1,48	TAIWAN	Dólar	42,94
BRUNEI	Dólar Brunei	1,89	HONG-KONG	Dólar	10,50	NEPAL	Rupia	98,49	TAJIKISTAN	Somoni	5,91
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	263,95	NICARAGUA	Gold	28,49	TANZANIA	Shilling	1.837,78
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	61,56	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Rublo	1.663,95	INDONESIA	Rupia	12.314,50	NIGERIA	Naira	202,38	TONGA	Pa'anga	2,57
CABO VERDE	Escudo	109,85	IRAN	Rial	13.375,80	NORUEGA	Corona	7,97	TRINIDAD	Dólar	8,58
CAMBOYA	Rial	5.620,88	IRAQ	Dinar	1.574,66	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,91	TUNEZ	Dinar	1,88
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,11	OMAN	Rial	0,52	TURKMENISTAN	Manat	19.230,10
CANADA	Dólar Canada	1,37	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,35	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,35
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,35	PAKISTAN	Rupia	114,03	TURQUIA	Lira	2,08
CHILE	Peso	715,16	ISLANDIA	Corona	171,83	PANAMA	Balboa	1,35	TUVALU	Dólar Australiano	0,68
CHINA	Yuan (o)	9,23	ISRAEL	Shekel	5,06	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,74	U.E.A.	Dirham	4,97
COLOMBIA	Peso	2.578,57	JAMAICA	Dólar	120,77	PARAGUAY	Guaraní	6.378,46	UCRANIA	Hryvnia	10,78
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	122,44	PERU	Nuevo Sol	3,84	UGANDA	Shilling	2.898,37
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,96	POLONIA	Zloty	3,89	URUGUAY	Peso	26,48
CONGO (R.D.)	Franco	1.234,62	KAZAKHSTAN	Tenge	198,85	PUERTO RICO	Dólar USA	1,35	UZBEKISTAN	Sum	2.092,77
COREA NORTE	Won	1,76	KENYA	Shilling	104,06	QATAR	Rial	4,93	VANUATU	Vatu	134,30
COREA SUR	Won	1.532,38	KIRGUISISTAN	Som	60,63	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,81
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,48	R. DOMINICANA	Peso	49,38	VIETNAM	Dong	25.825,00
COSTA RICA	Colón	729,95	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,90	YEMEN	Rial	293,53
CROACIA	Kuna	7,26	LAOS	Kip Pot Po	11.437,90	REP. CHECA	Corona	25,34	ZAMBIA	Kwacha	6.324,34
CUBA	Peso Cubano (o)	1,35	LESOTHO	Maluti	9,94	RUANDA	Franco	772,63	ZIMBABUE	Dólar	512,31

Notas: Los cambios deben considerarse promediados y orientativos, sin que estas cotizaciones tengan carácter alguno de oficiales salvo indicación expresa en contrario. NEXOTUR no asume responsabilidad alguna por las consecuencias que del uso indebido de los cambios de esta Guía pudieran derivarse. / Como norma general, los cambios vienen expresados en unidades extranjeras por euro. (o) Cambio oficial, diferente de las transacciones comerciales o del utilizado para operaciones de tipo turístico. n.d. no disponible. (#) Nombre actual del país: MYANMAR.

Principales Indicadores Economicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentario
Ingresos por turismo	Enero-Diciembre 2009	38.106 M	-9,1% (anual)	Caída menor de lo esperado
Pagos por turismo	Enero-Diciembre 2009	11.897 M	+ 14,0 % (anual)	En línea con lo temido
Entrada de turistas	Enero-Febrero 2010	5.271.021	+ 4,0% (anual)	Concentrado en viaje particular
IPC / Transporte Aéreo	Febrero 2010	117,283	-1,5% (anual)	En febrero empeoró el Receptivo

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, 62B 3ºB San Antonio C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 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 Vía, 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 91-654 99 77
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
HVALTRAVEL.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
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS 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
PANAVISIÓN TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISIÓN 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. Gastelz, 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 Vía 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-MUNDICOLOR Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773

TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 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
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º 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

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 Echevarieta, 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

FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea 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 Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, cc Américas 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 TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Fraile, 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

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. 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 cumplan. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En Mesonero 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



Consultenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: www.mesoneroromanos.com

Mesonero-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: Francis (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 Turism (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: fetisalam@yahoo.com, alainf_3@hotmail.com



☎ 91 369 41 00

 91 369 18 39

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

NEXOTUR

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Agentes de viajes con experiencia demostrable en el Sector

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.

■ **Kangaroo Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes especializada en empresas precisa responsable de contabilidad, que ejercerá las siguientes funciones: contabilización de los movimientos de la compañía, tramitación de impuestos, nóminas y seguros sociales, conciliación BSP y Renfe y cierre contable. Requisitos mínimos: dominio de Orbis, al menos tres años de experiencia demostrable en contabilidad de agencia de viajes, licenciatura o diplomatura en Administración de Empresas. Ofrecemos contrato indefinido en jornada completa. C.V.: nachoarranz@kangarooviajes.com.

■ **Rafaelhoteles.** Cadena hotelera. Barcelona. Rafaelhoteles necesita incorporar para su centro de reservas en Barcelona un jefe de ventas *corporate*, cuyo principal objetivo será la gestión y captación de cuentas corporativas del área de influencia de la ciudad, así como la coordinación del equipo comercial asignado. Requisitos mínimos: conocimientos del mercado corporativo del área de influencia de Barcelona, experiencia en gestión de equipos, conocimiento de grandes redes e *implants*, carné y vehículo propio, disponibilidad para viajar, nivel de inglés alto y aportación de cartera comercial corporativa. C.V.: personal@rafaelhoteles.com.

■ **Viajes Fuentes.** Agencia de viajes minorista. Sevilla. Se precisa incorporación inmediata de agente de viajes profesional con al menos cinco años de experiencia. Requisitos: conocimiento amplio en la venta de productos vacacionales y de empresas. Manejo de sistema de reservas Amadeus. C.V.: viajesfuentes@viajesfuentes.com.

■ **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@viajesterreal.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 administración. 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, Jaén 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, experiencia demostrable de entre cinco y ocho años en agencia de viajes. Abstenerse los que no cumplan estos requisitos. C.V.: ricardo.delatorre@tyssaviajes.com.

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

■ **Viajes Eco.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia especializada en viajes a medida necesita incorporar personas con experiencia en puesto de agente de empresa. Requisitos: amplios conocimientos de Amadeus y Renfe, dominio de la informática e Internet a nivel de búsquedas y compras. C.V.: almudena.pimentel@viajeseco.com.

Agentes de viajes

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

■ **Programación o contratación.** 29 años. Madrid. gare1980@hotmail.com.

■ **Administrativa.** 46 años. Madrid. mariajesuscanaverall@yahoo.es.

■ **Agente de viajes.** 41 años. Madrid. mluqueortega@yahoo.es. ☎ 650 12 59 28.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Barcelona. mserrano79@hotmail.com. ☎ 671 06 25 76.

■ **Agente de viajes.** 27 años. Madrid. oliwiaplech@hotmail.com. ☎ 610 32 68 60.

■ **Agente de viajes.** 31 años. Valencia. vgd22@hotmail.com. ☎ 610 62 40 40.

■ **Agente de viajes.** 28 años. Madrid. sergiogithebest@hotmail.com. ☎ 645 14 82 17.

■ **Ejecutivo comercial / Account manager.** 37 años. Madrid. cportela96@hotmail.com.

■ **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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Viajes al Norte de África

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

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

⇒ Permite a las agencias efectuar **reservas** que quedan *on request*.



<http://www.luxotour.es>

Hoteles urbanos en España

⇒ Centrhotel 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.

↓ Es poco **útil** por su limitada información y gestión de reservas.

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



<http://www.centrhôtel.com>

Vuelos y otros servicios

↑ Delta Airlines presenta una **información** muy completa para gestionar sus vuelos, hoteles, coches de alquiler y 'paquetes' vacacionales en todo el mundo, aunque las agencias de viajes españolas no pueden aprovechar el área para profesionales.

⇒ Es una página muy completa, de **utilidad** para el cliente final.

↓ Las agencias españolas no pueden gestionar sus **reservas**.



<http://www.delta.com>

Rent a car en la costa

↑ 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.

⇒ Es una página bien diseñada, de **utilidad** para el cliente final.

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



<http://www.centauro.net>

Turismo en Panamá

⇒ La página oficial de Turismo de Panamá ofrece, con un cuidado diseño, información de todos los 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.

⇒ Sería más **útil** si ampliara su nivel de información.

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



<http://www.visitpanama.com>

Turismo joven 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.

⇒ Resulta de **utilidad** para jóvenes viajeros en Andalucía.

↓ Sólo permite **reservar** a viajeros con carnets específicos.



<http://www.interjoven.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Agencias de viajes

✓ Información pública de la Consejería de Industria y Empleo (Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias) por la que se anuncia licitación, mediante procedimiento abierto, para la contratación del servicio de agencia de viajes para la organización del viaje institucional y empresarial a la República Popular China y la República de la India, que se desarrollará del 19 al 26 de junio de 2010.

✓ Anuncio de 26 de febrero de 2010, de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística, por el que se notifica el inicio de expediente de extinción de los efectos de título-licencia de agencia de viajes por resultar desconocido el domicilio de los interesados.

✓ Resolución de 9 de marzo de 2010, de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística, por la que se hace pública la extinción de los efectos del título-licencia de agencia de viajes a Servicios Turísticos Viajes Abril.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Los mejores vinos en el iPhone

'Guía Repsol de los mejores vinos de España para iPhone'

La Guía Repsol de Vinos de España ya está disponible para iPhone. A través de una descarga gratuita de una aplicación en la Apple Store, se podrá consultar la información de 1.450 vinos y 655 bodegas de una forma rápida y sencilla, sin necesidad de conectarse a Internet. Una vez descargada, la guía permanecerá almacenada en el iPhone, por lo que las consultas serán instantáneas.

El tamaño y facilidad de uso de iPhone dan un valor añadido a esta nueva versión de la Guía de Vinos, cuyo contenido completa a las actuales ediciones de papel e Internet, ya que se puede elegir el vino preferido, buscar una bodega, un producto determinado, o incluso la mejor opción posible en la carta de un restaurante. Esta herramienta permite la búsqueda por nombre, tipo, puntuación, calificación, Comunidad autónoma de origen y precio de los caldos. El resultado se puede consultar en una sencilla ficha que contiene la procedencia y la calidad. Asimismo, el usuario podrá guardar aquellas fichas que vaya eligiendo para



poder consultar en cualquier momento las características del vino seleccionado. La aplicación de Repsol dispone, además, de un buscador de bodegas por proximidad con localización geográfica. El iPhone ubica la posición del usuario en el mapa y localiza las bodegas más cercanas. Si el usuario desea conocer los vinos de una región específica, puede elegir una Comunidad autónoma determinada y obtener el listado de sus bodegas con una completa gama de vinos de cada una de ellas.

CURSOS

Inglés y alemán para profesionales

Cursos de inglés y alemán para el Sector Turístico riojano

La Consejería de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial, a través de La Rioja Turismo, pondrá en marcha, en colaboración con la Escuela Oficial de Idiomas de Logroño, cursos de idiomas dirigidos a profesionales del Sector Turístico riojano. Con esta oferta formativa se persigue reforzar la formación en idiomas de los profesionales dedicados a la actividad turística.

Los cursos abordarán cuestiones relativas al Turismo de La Rioja, buscando que los profesionales que asistan puedan informar sobre la oferta turística de la región a los turistas alemanes y de habla inglesa. Estas acciones formativas forman parte de las nuevas iniciativas en materia turística que se han puesto en marcha durante 2010 y que ahondan en la línea de promoción de la región como destino de interior único y singular, referente nacional e internacional en el campo del Turismo enológico.

CALENDARIO

Citas para marzo y abril

● Del 15 al 18 de abril de 2010, Salón Internacional del Turismo (SITC), Cataluña, España. El Salón Internacional del Turismo mostrará un año más una amplia oferta de destinos turísticos mundiales. En su pasada edición, SITC congregó en Barcelona a cerca de 200.000 visitantes entre público general y profesionales. Para más información acceder a la siguiente página web: www.saloturisme.com.

● Del 26 al 28 de marzo de 2010, Glob, Feria Internacional de la Primavera para el Turismo en Polonia, Katowice, Polonia. Glob, uno de los eventos turísticos más importantes de Polonia, tiene lugar todos los años y sirve de escenario para presentar las últimas novedades, productos y servicios en la industria del Turismo. En la feria se darán cita destinos nacionales y extranjeros, agencias de viajes y turoperadores, entre otras empresas. Para más información sobre la feria celebrada en Katowice puede acceder a la siguiente página web: www.glob.mtk.katowice.pl.



Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

Deseo suscribirme 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:
 T. (.....) Fax:
 e-mail:
 Fecha de nacimiento:-19.....
 Firma:

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

Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39

* Precio y promoción sólo válidos para España

Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Abril 2010

Apertura de la nueva delegación ICTE en Córdoba

Será gestionada por el Consorcio de Turismo de Córdoba

Córdoba, 29 Marzo.2010. El Consorcio de Turismo de Córdoba va a gestionar la delegación que el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) va a poner en marcha en Córdoba próximamente. Así lo contempla el convenio de colaboración que han firmado esta mañana en el Salón de Plenos del Excmo. Ayuntamiento de la ciudad, el presidente del Consejo de Administración del Consorcio de Turismo y el director general del ICTE.

En este sentido, el Consorcio de Turismo va a actuar como interlocutor entre el ICTE y las entidades turísticas de Córdoba. Tendrá que velar por el correcto desarrollo de los procesos de calidad, de acuerdo a los Reglamentos y Procedimientos existentes en esta materia. El Presidente del Consejo de Administración del Consorcio, Vicente Carmona, ha manifestado que "el Consorcio se compromete a impulsar y difundir la cultura de la Calidad en las empresas turísticas de Córdoba", recordando que este compromiso comenzó por ellos mismos, ya que las Oficinas de Información y la Oficina de Congresos de Córdoba, gestionadas por el Consorcio, se certificaron con la Q de calidad en el año 2008.

El director general del ICTE, Fernando Fraile, se ha mostrado convencido de que "la presencia del Consorcio la van a sentir más próximas las empresas de Córdoba, lo que contribuirá a incrementar el número de empresas turísticas que se certifiquen en esta provincia, con la Q de Calidad Turística".

De igual manera se ha manifestado el Delegado Provincial de Turismo, Juan Torres, que ha querido dejar claro que la calidad es un factor diferenciador y por tanto es un parámetro fundamental para la Junta de Andalucía. En su opinión "en un sector tan complejo como el turismo, la Q puede marcar la diferencia".

Por ello, el director general ha querido recordar a las em-

presas del sector, que la Junta subvenciona en un 75% los costes derivados de la certificación de la Q de calidad. Del mismo modo, también subvenciona con hasta un 75% los costes del mantenimiento de dicha certificación.

Andalucía cuenta, con esta firma, con dos delegaciones territoriales ICTE, Torremolinos (Málaga) y Córdoba, gestionadas ésta última por el Consorcio de Turismo siendo la primera delegación intersectorial implantada en esta Comunidad Autónoma.

En cuanto a número de certificaciones, Andalucía lidera el ranking nacional, con un total de 406 establecimientos certificados, seguida de Cataluña y País Vasco, con 328 y 280 establecimientos respectivamente.

La provincia de Córdoba cuenta con 33 establecimientos certificados: 15 Agencias de Viajes, 6 Hoteles, 6 Alojamientos Rurales, 5 Oficinas de Información Turística y 1 Convention Bureaux.



De izquierda a derecha, el Delegado Provincial de Turismo, Juan Torres, la Teniente de Alcalde de Presidencia y Concejala de Turismo, Rosa Candelario, el Director General del ICTE, Fernando Fraile García y el Presidente del Consejo de Administración del Consorcio, Vicente Carmona, en la firma del convenio.

Más de 800 nuevos establecimientos turísticos confían en la Q

Un total de 814 establecimientos turísticos se encuentran adheridos al Sistema de Calidad Turístico Española.

La adhesión al SCTE es el primer paso para poder certificarse con la Q de Calidad Turística.

Restaurantes y Hoteles son los sectores con mayor número de adheridos, representando un 59% y un 21%, respectivamente, del total de adhesiones.

Entre estos establecimientos, se encuentran, por primera vez, empresas pertenecientes al sector de Tiempo Compartido.

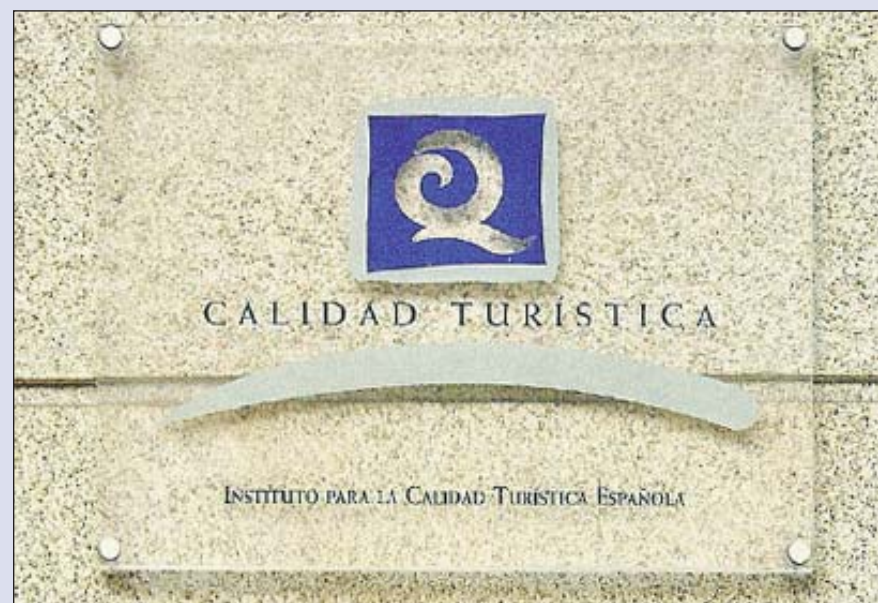
Una vez adheridos, los establecimientos turísticos que deseen completar el proceso de certificación, para conseguir así, la Q de Calidad Turística, deberán adecuar los requisitos que les marque la norma a sus instalaciones y procesos en función de sus características. Posteriormente, un auditor externo evaluará el estable-

cimiento conforme al documento normativo vigente y le trasladará el informe al Comité de Certificación Sectorial correspondiente, para que dicho Comité autorice la viabilidad de la concesión de la Marca a cada establecimiento.

Con la publicación del informe, después de su aprobación por el Comité, el establecimiento habrá terminado su proceso de certificación con la Q de Calidad Turística Española.

"Andalucía, Cataluña y País Vasco, ocupan respectivamente, los primeros puestos en número de certificaciones por CCAA"

Uno de los objetivos del Sistema es dotar a las empresas del sector turístico español de un sistema de gestión y mejora de la calidad de productos y servicios, que les permita crear una ventaja competitiva adecuada a los nuevos retos que el mercado les plantea.



Las instalaciones Náutico Deportivas ya pueden certificarse con la Marca "Q" de Calidad Turística

Tras la reciente publicación de la Norma UNE 188004:2009 concluye el proceso de adaptación técnica de la Norma.

Una vez finalizado el proceso técnico de adaptación de la Norma de "Instalaciones Náutico-Deportivas", desarrollado por el área técnica del instituto, los Clubes Náuticos, de Mar o de Regatas, así como los Puertos Deportivos, ya podrán certificarse con la Norma UNE 188004:2009, que está asociada a la "Q" de Calidad Turística.

Esta Norma de calidad específica tiene por objeto "definir, establecer y gestionar por procesos los requisitos relativos a la prestación de los servicios turísticos en instalaciones náutico deportivas, que, además de gestionar las estancias de embarcaciones, desarrollen actividades complementarias náuticas de trascendencia social y/o deportiva".

Las Instalaciones Náutico-Deportivas tienen a su disposición el formulario de adhesión, que in-



cluye la Norma y autoevaluación, en www.calidadturistica.es.

Actualmente existen 15 auditores homologados en la Norma UNE 188004:2009, tras haber superado el curso, impartido por el área de Formación del ICTE durante los pasados 15 y 16 de Marzo, en el RCN de Torrevieja, Alicante.

Los empresarios del sector de Turismo Activo ya podrán adherirse al Sistema de Calidad Turístico Español

Tras la reciente publicación de la Norma UNE 188003:2009 concluye el proceso de adaptación técnica de la Norma.

Desde el área técnica del instituto se ha procedido durante el mes de Marzo al desarrollo del sistema de gestión de la certificación de la norma de Turismo Activo bajo la Marca "Q" Calidad Turística. Este proceso consiste principalmente en la elaboración de un cuestionario de autoevaluación, específico para este sector, *check list* de auditoría, así como los procedimientos y reglamentos asociados al Uso de Marca "Q".

La Norma de calidad UNE 188003:2009 Turismo Activo está dirigida a empresas de Turismo Activo, en cuanto a la gestión interna y prestación de los servicios, cuya finalidad es la realización de actividades deportivas o de naturaleza con fines eminentemente recreativos y no competitivos, ofertados al público en general, quedando excluidas las actividades de buceo recreativo.

Uno de los principales cometidos del subcomité que elaboró esta Norma fue identificar y definir el término Turismo Activo, concluyendo dicho término en el "sector turístico profesional que tiene por objeto la realización de



actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura, que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre o de superficie, subterráneo o acuático, y a las que es inherente el factor riesgo o cierto grado de destreza para su práctica".

Las empresas de Turismo Activo tienen a su disposición el formulario de adhesión, que incluye la Norma y autoevaluación, a su disposición en www.calidadturistica.es.

A partir de mediados de abril se abrirá desde el área de Formación del ICTE el proceso de homologación de auditores para esta nueva Norma de Calidad Turística.

El sector turístico español cuenta con 23 nuevos establecimientos turísticos con la Marca "Q"

10 hoteles, 6 restaurantes, 6 alojamientos rurales y 1 balneario son los nuevos establecimientos turísticos que han obtenido la Marca después de los últimos comités de certificación sectoriales celebrados en Marzo.

Tras esta concesión, ya son 2.581 los establecimientos turísticos que ostentan la Marca "Q" de Calidad Turística.

Estas certificaciones, corresponden a las Comunidades Autónomas de Andalucía, País Vasco, Navarra, Murcia, Castilla y León, Galicia, Canarias, Asturias y Extremadura.

Los establecimientos que han conseguido la certificación, son los siguientes:

—Castillo de Arteaga, Hotel Convento San Roque, Restaurante Estadio, Restaurante Cafetería Virgen



Blanca y Casa Rural Jesuskoa, correspondientes al País Vasco.

—Hotel Tikar, Restaurante La Cantina de Diego, Restaurante Casería 7 fuentes, Restaurante Softfood y Casa Rural Manolín, de Andalucía.

—Hotel el Juglar, Hotel Merindad de Olite, Hotel Venta de Ulzama y Restaurante Novoart, en Navarra.

—Hotel Vila do Val, Casa María, La Rectoral de Cines y Pazo Almuzara, en Galicia.

—Hotel el Magistral Avilés, Asturias.

—Balneario Baños de Montemayor, Extremadura.

—Amaltea Hotel, Murcia.

—Best Western Hotel Cantur, Canarias.

—Palacio de Esquileo, Castilla y León.

El ICTE participó en la 6ª edición de Ferantur



Ferantur, Feria Andaluza del Turismo y el Desarrollo Rural, celebró los pasados 19, 20 y 21 de Marzo su VI edición.

El Instituto, con la colaboración de Exivia y Fibes, estuvo presente durante los días de la feria informando a profesionales y público general sobre el Sistema de Calidad Turística Española y la Mar-

ca "Q" de Calidad Turística. Aprovechando la reciente publicación de la nueva norma UNE para el sector del Turismo Activo, el ICTE acudió a la muestra para mantener diversas reuniones con representantes y profesionales del sector con el fin de potenciar y difundir las certificaciones en este nuevo sector.

El ICTE acudirá al Salón Internacional del Turismo de Cataluña



El Salón Internacional del Turismo de Cataluña, organizado por Fira de Barcelona, presentará entre el 15 y el 18 de abril, en el recinto de Montjuïc, la oferta turística de cerca de 60 países y de todas las comunidades autónomas españolas.

El Instituto a través de su stand, informará, tanto a profesionales como a público asistente, del Sistema de Calidad Turístico Español y la Marca Q.

El pasado 11 de Marzo se celebró la I Jornada de Turismo Sostenible en Vélez Málaga



I Jornada Turismo Sostenible, en Vélez Málaga.

El Director de Normalización del ICTE, Guillermo Anívarro Segura, fue el encargado de mostrar los beneficios del Sistema de Calidad Turístico Español, y la Marca "Q" en este ámbito.

En la jornada se debatieron temas relacionados, entre otros, con la importancia de los Sistemas de Calidad en empresas turísticas, como modelos de gestión integral de los recursos y servicios orientados al cliente, basados en la mejora continua y en el aprovechamiento de los recursos naturales como fuente de energía.

Primer curso de homologación de auditores para el sector de Instalaciones Náutico Deportivas



Asistentes al Curso de homologación de auditores.

Los pasados 15 y 16 de Marzo, tuvo lugar el primer curso de formación de auditores en la Norma UNE 188004:2009, en el Real Club Náutico de Torrevieja.

Esta homologación supone el punto de partida para que las instalaciones náutico deportivas que lo deseen comiencen a certificarse con la Q de Calidad Turística.

El curso se dividió en dos partes, una teórica, donde se impartieron conocimientos sobre los requisitos de la norma, el sistema de gestión de calidad que exige y la legislación aplicable, y otra práctica, que se centró en una visita guiada al Club.