



LUIS MATA
Nueva dirección

PÁG. 13 / Luis Mata asume la dirección general de la mayorista Travelplán



MARIO BISIGNANI
Incremento de las tarifas

PÁG. 9 / IATA estima que las tarifas aéreas se han incrementado entre el 10% y 15%



TALEB RIFAI
Segundo puesto

PÁG. 12 / España mantiene el segundo puesto por ingresos en Turismo, detrás de EE UU



MARTHINUS VAN SCHALKWYK
Revisión de previsiones

PÁG. 12 / El Mundial de Fútbol de Sudáfrica atraerá un 22% menos de turistas de lo estimado



RAFAEL SERRA
Posible ilegalidad

PÁG. 13 / UCAVE alerta de una posible ilegalidad en algunas empresas turísticas

Juan José Hidalgo: 'Para Globalia Corporación no ha habido crisis'

El año 2010 'no será tan bueno como el 2009, pero confiamos en obtener beneficios'

"La coyuntura económica adversa nos afecta, ya que el consumo ha caído", pero "para Globalia Corporación no ha habido crisis", explica el presidente del

grupo turístico español, Juan José Hidalgo, a NEXOTUR. "Hemos facturado menos, es cierto, pero hemos cerrado con mejores márgenes", matiza.



Matilde Torres preside Catai Tours.

Catai Tours cuenta con la confianza del agente

La presidenta de Catai destaca que a pesar de la crisis, "seguimos contando con la confianza de los clientes y agentes". **Pág. 4**

Spanair aplica un ERE a Club Vacaciones

Club de Vacaciones cesa su actividad tras aceptarse el ERE presentado por Spanair. El proceso finalizará en septiembre. **Pág. 9**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 19**

El presidente de Globalia confirma que en 2009 "obtuvimos unas ganancias históricas", superando los 32 millones de euros, "justo el doble que en 2008". Para lograrlo, el grupo adoptó "un sinfín de medidas, desde recortes en los gastos, hasta la renovación de la flota de Air Europa con aviones más eficientes", explica. Hidalgo prevé que 2010 "no sea tan bueno, pero confiamos en obtener beneficios", y estima que la recuperación "llegará después de 2010". **Escapate en pág. 8**



Juan José Hidalgo preside Globalia.

Las agencias gastan cerca de 400 millones por la nube volcánica

Las pérdidas ocasionadas por la nube volcánica en el Sector Turístico europeo se acercan a los 1.000 millones de euros y turoperadores y agencias se han gastado más de 388 millones para asistir a sus clientes, señala el vicepresidente de la Comisión Europea y responsable de Industria, Antonio Tajani. En concreto, en España se han registrado unas pérdidas



Antonio Tajani

de más de 200 millones y 500.000 turistas no han podido viajar a nuestro país. Ante esta situación, la Unión Europea se compromete a acelerar el 'cielo único' y pide criterios claros para las ayudas a las aerolíneas. El Sector de las agencias confía en que esta crisis sirva para que "más de uno se dé cuenta de que la agencia defiende al cliente". **Escapate en pág. 6**

Indicadores Turísticos 2009/2010



Fuente: Banco de España e Instituto de Estudios Turísticos (IET). ©NEXOTUR

Indicadores turísticos optimistas

En los primeros meses de 2010, los indicadores turísticos parecen apuntar a un inicio de la recuperación de la actividad turística. Así, los datos de la Balanza de Pagos, de la producción del BSP de IATA y del empleo muestran en el primer trimestre un ligero incremento que habrá que comprobar si se mantiene en la temporada de verano. **Escapate en págs. 8**

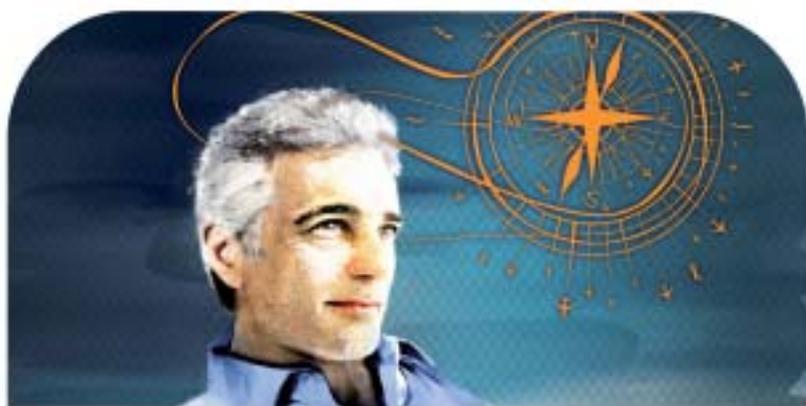
Méndez: 'El año ha empezado mejor de lo que se esperaba'

Seguir en la misma línea de continuidad, luchando por la unidad del Sector, la profesionalidad a través de la formación, así como ofrecer a los socios la mayor cobertura, son las principales metas que se ha fijado el nuevo vicepresidente ejecutivo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez. Respecto al análisis de la actual



José Luis Méndez

coyuntura, prevé una mejora en la temporada de verano, ya que "hay mucha demanda de información", y destaca que 2010 "ha empezado mejor de lo que se esperaba, aunque no es tan bueno como 2008". Por esta razón, pide a la Administración que "estudie concedernos ayudas similares a otros sectores". **Escapate en pág. 9**



El mundo al alcance de sus clientes.

Iberia le ofrece cerca de 700 destinos en 150 países, con las mejores conexiones, gracias a la alianza **oneworld**. Dispone de la flota más moderna de Europa con 183 aviones y 21.345 profesionales dispuestos a prestarle toda la atención y el servicio que sus clientes se merecen. Todo pensado para que, vuele donde vuele, la elección sea siempre Iberia.

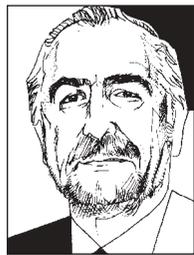


IBERIA

CLAVES

Agencias y el día D+1, ¿qué?

TRES ÚNICAS IDEAS de acuerdo con el enunciado. Uno. No hay día D+1. Ese día ha sido ayer, hoy, mañana... No hay que esperar esa fecha logística para reaccionar ante un mercado tan dramáticamente herido en los dos últimos años. Las rentabilidades y el empleo en el subsector han caído dramáticamente, y por tanto no hay que esperar a nada ni a nadie que nos arregle el negocio. Hay que lanzarse hoy a la tarea, no debe haber día D+1, hay hoy, mañana, pasado, el verano, el otoño...



☞ JOSÉ ANTONIO CARRASCO

Dos. El modelo tradicional ya no vale. Hay que ir cliente por cliente, recuperándolo, suprimiendo tópicos. Ninguna página web por buena que sea igualará al profesional. Lo virtual es bueno, pero aprovechémoslo, saquémosle rendimiento a favor de la agencia. Dejemos que el cliente se informe (no podemos hacer nada en contra), pero dejemos en su ánimo que al final su confianza esté en la agencia, o en lo virtual, aunque sea más barato.

Tres. Recuperemos la convicción de la clientela mediante la seducción del destino. Hagamos de nuestros profesionales unos magos de la seducción. Ellos deben enamorar a la clientela. Quien no sepa vender ilusión, que haga otra cosa.

Cuatro. Los proveedores deben ser presionados al máximo. No puede ser que quienes les venden su producto no tenga apenas compensación. Nada de pedir comisiones, hay que imponerlas porque el canal de agencias son, y no hay que olvidarlo, el cauce de distribución más inmediato a la clientela. Las agencias cuidan al cliente, le animan, le arreglan sus problemas y, encima, apenas cobran.

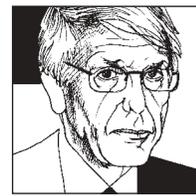
Cinco. Si existiese ese día D+1, (que nadie, ni los más expertos economistas nos han señalado en absoluto), las agencias deberían tener ya copado el mercado especialista. Lo generalista ya no tiene un futuro claro. Aunque no lo desdeñemos, hay que especializarse siquiera en parte y no confiar en que será el mercado exterior el que saque las castañas del fuego.

Ha quedado acreditado que el mercado nacional es el seguro inmediato. No dejemos que vista en los próximos meses el mercado de viajes hacia el exterior, pero por favor, centrémonos en el mercado interior, en el que hay muchas oportunidades ahora.

☞ José Antonio Carrasco es presidente de Unión Iberoamericana de Profesionales en Turismo (UIPT).

E'La incidencia sobre el cambio climático del Turismo sería evidente, ya que podría significar cambios en los flujos turísticos entre destinos actuales. El Turismo podría llegar a ser una víctima de esta incidencia', explica el director del departamento de Desarrollo Sostenible de OMT

TRIBUNA



☞ LUIGI CABRINI

Análisis de prospectiva sobre el cambio climático

TANTO LA Organización Mundial del Turismo (OMT) como otros organismos llevan varios años realizando una serie de actuaciones en torno al tema de la sostenibilidad, que me gustaría destacar en esta intervención. También me gustaría tratar de dar una idea sobre las posibles vías de mejora sostenible en el Sector Turístico que existen.

En primer lugar, considero que hay que dar algunos datos extraídos de fuentes de Naciones Unidas y de la Fundación Al Gore para entender mejor el marco en el que nos movemos. Estos indican que el calentamiento del planeta es inequívoco, ya que se ha registrado a nivel global, a nivel de la tierra y a nivel de los océanos. Así, los datos existentes nos derivan a un escenario de crecimiento de temperaturas que nos llevan, de cara al año 2100, a un abanico entre más dos y más seis grados centígrados más de temperatura en nuestro planeta.

El objetivo que se plantea desde la Comisión para el Cambio Climático de Naciones Unidas es de mantener este crecimiento ya registrado de +2 grados. Esto implicaría una reducción de la placa de hielo de los polos.

Por ejemplo, lo que hoy sería el clima de Madrid, alcanzaría a París, mientras que Barcelona tendría un clima muy similar al actual de Casablanca. Es una manera visual de demostrar la incidencia del cambio climático. Las precipitaciones también cambiarían.

Pero también hay que tener en cuenta que nuestras acciones en materia nuclear podrían incidir sobre la economía y las acciones sociales a finales de este siglo y el próximo, siempre asociadas a la posibilidad de grandes guerras y depresiones económicas. La incidencia sobre el cambio climático del Turismo serían evidentes, ya que podría significar cambios en los flujos turísticos entre destinos actuales. El Turismo podría llegar a ser una víctima de esta incidencia.

En un estudio realizado hace un año y medio, se analizaba destino por destino los impactos del cambio climático, y en cada rama turística. Según sus conclusiones, tendríamos cuatro áreas de análisis:

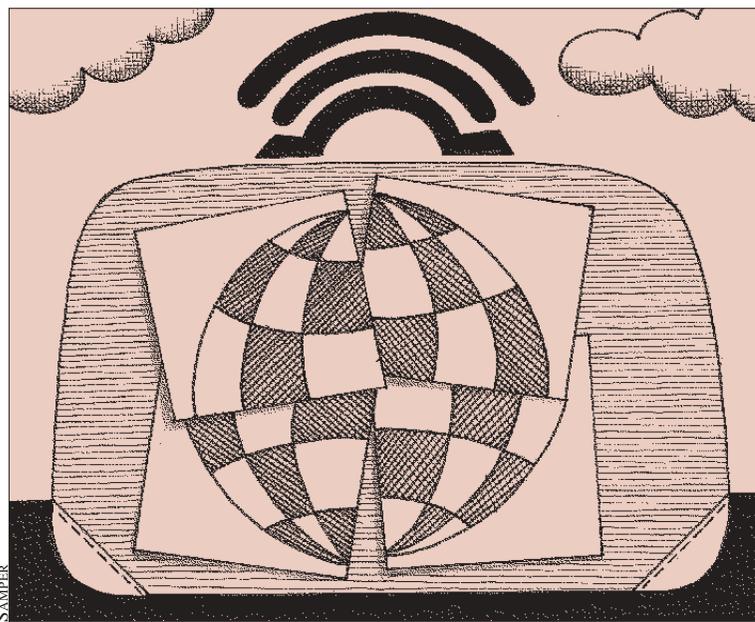
—Las consecuencias climáticas directas, como los veranos más largos en duración, los inviernos más templados en temperatura, etc.

—Las consecuencias indirectas, como la pérdida de biodiversidad o el aumento del nivel del mar.

—Las repercusiones sociales directas, que son las que pueden recaer en el Sector Turístico tras las conversaciones que se están llevando a cabo.

—El periodo de tiempo amplio para adecuar sus planes en función del cambio climático, entre uno y tres años, y normalmente no es posible.

Las inversiones en infraestructura hotelera, que se toman con antelación, se ven amenazadas por



—Y, finalmente, las sociales indirectas, como los refugiados, la inestabilidad social o la inseguridad.

En el mapa de máxima vulnerabilidad física, se encuentra el Mediterráneo, con escasez de agua y veranos más cálidos y largos. En cada destino de este entorno, el cambio climático puede afectar de modo diferente sobre el Turismo.

Las tasas de crecimiento del Turismo en las zonas mediterráneas han sido superiores a las previstas en los últimos años.

La OCDE publicó un estudio en 1998 sobre la incidencia del aumento medio de la temperatura en según qué zonas, manejando un escenario de 1, 2 o 3 grados centígrados.

¿Cómo responde el Sector? En términos globales, la capacidad de respuesta ante el cambio climático es alta en general, aunque varía mucho entre destinos. Sin embargo, la eficiencia no es siempre la adecuada, y sucede que los operadores turísticos pueden sobreestimar su capacidad de adaptación.

Lo que ocurre, en general, es que se habla mucho de cambio climático, pero de forma vana. No se tienen interiorizados los conceptos, y por eso no siempre se toman las decisiones más adecuadas.

Además, transportistas y operadores turísticos necesitan un pe-

cambios climáticos, o lo pueden estar. También sucede lo mismo con otros servicios.

El Sector Turístico contribuye en un 5% a las emisiones globales de CO₂, y de este porcentaje, unas tres cuartas partes corresponden al transporte, pero en su mayoría es responsabilidad el vehículo particular. Un 5% es difícil saber si es poco o mucho, pero en comparación con otros sectores, la cosa cambia, porque el transporte, por ejemplo, es responsable del 17%.

Además, se puede decir que el Turismo contribuye en más de un 5% al Producto Interior Bruto (PIB) global, pero mucho más en lo que se refiere a la generación de riqueza.

En 2035, si no se hace nada (lo cual es imposible), el Turismo aumentaría en un 150% sus emisiones de gases de efecto invernadero. Combinando la eficiencia técnica y algunos cambios en las pautas de viaje, se puede reducir considerablemente esta estimación.

La previsión de una mejora energética en el Turismo pasa por el uso de energías renovables, mejorar la eficiencia de los recursos e ir desechando las energías con alto contenido de carbón. El transporte terrestre de personas, que a nivel global es un 70%, sólo

significa un 15% en el Sector Turístico. Además, a esto hay que añadir que los vehículos podrían ser más eficientes y utilizar combustibles alternativos, por lo que la diferencia iría en aumento.

En el sector del transporte aéreo, más del 7% de las emisiones de gases de efecto invernadero se podrían reducir bajo criterios de eficiencia energética, pero también con algo tan simple como la reducción del tiempo y la posibilidad de hacer trayectos más directos, en colaboración con los distintos responsables de los espacios aéreos.

En sectores como es el caso del hotelero, existen algunos proyectos, como es por ejemplo uno para incluir excelencia energética en pequeños y medianos hoteles en Europa, que hacemos con distintas asociaciones privadas.

Finalmente, contamos con lo que hemos llamado el proceso de Davos, conocido con este nombre tras la gran conferencia internacional de 2007 sobre cambio climático y Turismo, que tuvo continuación política en otros foros, como el de Bali, y que nos sirve para preparar la que celebraremos en Copenhague el próximo diciembre. La de Davos acogió una declaración con mensajes claros: que es necesario paliar los efectos del cambio climático sobre el Turismo, pero reconocer también que el Turismo puede incidir sobre el cambio climático.

El Turismo es un factor económico fundamental, y también una fuente de riqueza en países en desarrollo, sobre todo, donde se constituye en fuente principal de ingresos. Las medidas contra el cambio climático

no deben penalizar el desarrollo económico que el Turismo puede aportar. Así, las conclusiones políticas se dirigen hacia la necesidad de intervención, pero sin interferir en los países en desarrollo.

Las etapas: en 2012 tendremos una evaluación del protocolo de Kioto, en 2015 el cumplimiento del desarrollo del milenio por parte de Naciones Unidas, en 2020 será el primer año meta para el cómputo de reducción voluntaria de las emisiones de gases de efecto invernadero, y en 2050 primeros signos de cambio de tendencia, según el escenario más optimista.

☞ Luigi Cabrini es director del departamento de Desarrollo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Ponencia Futuralia.

En 2035 el Turismo aumentaría en un 150% sus emisiones de gases de efecto invernadero, si no se hace nada

La capacidad de respuesta ante el cambio climático es alta en general, aunque varía mucho entre destinos

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González

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

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

NEXOTUR, Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes, es un Semanario independiente de los intereses del Sector Turístico Español

© NEXOTUR es una Marca Registrada de Nexo Editores SA (Grupo NEXO)

© Copyright NEXO EDITORES SA y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

¿Cómo van las ventas?

LAS SEÑALES POSITIVAS. Tres indicadores de la evolución del emisor dan buenas noticias al Sector. El gasto de los españoles (pagos por Turismo registrados por el Banco de España) ha pasado de sufrir una fortísima caída (-21%) en febrero del año pasado a crecer un tímido 0,5% en el mismo mes del actual ejercicio. Dato que viene a corroborar el BSP, que sube el 4% en marzo, frente al descenso del 13% en 2009. Al igual que ocurre con el empleo en las agencias que, frente a la destrucción del 3,6% de los puestos de trabajo durante el mismo mes del año anterior, crece el 0,9% en marzo. Si bien el efecto *Semana Santa* (que este año se ha adelantado en un mes) explica en parte presuntos brotes verdes, el Sector necesita recibir buenas noticias.

La actividad en los mostradores ha brillado por su ausencia en abril, corroborando el parón del consumo ante una incertidumbre abonada por el debate político sobre el rumbo (o la deriva) de la situación económica. Mientras, el preámbulo de la declaración de la Renta hace que los clientes se lo piensen aún más. Aunque los resultados son escasos, la expectativa del Sector es optimista. Aunque la debacle de Viajes Marsans o los problemas de otro de los grandes grupos es seguida con no poca preocupación.

Afortunadamente, la difícil situación (y la necesidad de vender) ha llevado a los grandes proveedores a pasar de "todos contra el agente" a "todos con el agente". El agente está volviendo a ocupar su lugar en la cadena de valor de la comercialización, por su indudable valor ante el cliente y ser el responsable de vender... y de cobrar lo vendido.

Una de las primeras conclusiones que se derivan de los ciclos por los que atraviesa la relación de los transportistas con el Sector es que, cuando las ventas van bien, el proveedor no se preocupa de cuidar a su canal de comercialización, e incluso busca alternativas.

La recuperación del agente no es, por tanto, fruto de la reflexión, sino consecuencia de la presión para vender.

La clave, una vez redimensionado el Sector, está en recuperar la rentabilidad, gestionando adecuadamente los fees y avanzando en el direccionamiento de las ventas. Ya que no es previsible vender más, al menos *vender mejor*.

Aunque es el principal freno a la venta de viajes, cuanto mayor sea el ahorro más sana será la recuperación.

Analizar la evolución de las ventas es hoy una necesidad para agentes y proveedores, que necesitan que el ahorro aflore cuanto antes en el gasto de viajes y vacaciones

¿Cuándo llegará el cambio de tendencia que permita que parte del ahorro de las familias aflore en viajes? Probablemente no mientras no remita la actual crisis de confianza, que otorga la prioridad al factor precio y acentúa la última hora. En consecuencia, la expectativa es que aunque no se viaje menos, se viaje más barato. Si el cliente percibe que está bajando todo, ¿cómo convencerle de que el precio de los viajes no puede bajar más, cuando está esperando ahorrar en el precio que pagará por sus vacaciones?... Y tres preguntas más: El dinero está hoy a la defensiva, pero ¿hasta cuándo? La última hora crece, pero ¿cómo incentivar la venta anticipada? La venta directa no desplaza la intermediada, pero ¿cómo poner aún más en valor al agente? Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ check-in / UNITED & CONTINENTAL

¿Hacia la fusión transcontinental?

El visto bueno de las autoridades de la Competencia de Estados Unidos a la fusión de United Airlines y Continental Airlines (en la que será la mayor aerolínea del mundo); y en la Unión Europea de British Airways e Iberia (que crea un gigante aéreo europeo), es sin duda un paso más hacia fusiones transcontinentales de las que surgirán los grandes grupos aéreos (*megacarriers*), a partir del desarrollo de los acuerdos estratégicos desarrolladas en el ámbito de las dos grandes alianzas aéreas, y obligados por la necesidad de reducir costes y aflorar sinergias.

Una vez se haga realidad el proceso de fusión de Iberia y British se verá si tiene recorrido la tercera fase de esta integración: la fusión del grupo aéreo europeo hispanobritánico con American Airlines. Una unión de gigantes del transporte aéreo que podría dar lugar a más movimientos integradores, especialmente tras los buenos resultados obtenidos por Air France tras absorber a la holandesa KLM.

Desde las agencias se contempla con preocupación estos mastodónticos procesos de integración que, en la práctica, concentran cada vez en menos manos (y más poderosas) el transporte aéreo.

Por otra parte, la propia magnitud de estas fusiones obliga (...al menos por ahora) a que las compañías mantengan su identidad, por intereses de mercado, y están duplicando los equipos directivos (que se han cuidado muy mucho de que sus cuotas de poder no se vean afectadas por estas fusiones).

La duda es si las autoridades de Competencia de la UE y EE UU darán su *placet* a fusiones transoceánicas, o serán el muro que frene a los *megacarriers*.

★ personaje de la semana / José Luis Méndez

El nuevo vicepresidente ejecutivo de UNAV asume la gestión de la Asociación decana de los agentes de viajes españoles, tras contribuir al éxito del multitudinario Congreso de Madrid, surgido de la alianza entre UNAV y AGRUPA.



Méndez, agente con gran experiencia y empresario querido y respetado en el Sector, tiene ante sí una oportunidad histórica para impulsar la unificación, de acuerdo con el mandato del presidente José L. Prieto y de su Junta Directiva.

▼ check-out / RECLAMACIONES

Engañar al agente

Una reciente encuesta, realizada por un conocido portal hotelero, sitúa a los clientes españoles como los más mentirosos de Europa cuando está en juego obtener ventajas en sus viajes y vacaciones.

Que el cliente español *no se corta* a la hora de arrimar el escudo a su sardina, es un hecho que los agentes de viajes sufren desde siempre en carne propia. Engañar al agente no es infrecuente y, menos aún, algo de lo que avergonzarse. Por el contrario, se presume de astucia al alardear ante familiares y amigos cada vez que se logra abaratar un viaje, lograr servicios adicionales gratis y, mucho más, obtener cualquier gratuidad o una indemnización.

El tan simple como efectivo eslogan "Yo no soy tonto" es la síntesis de esta nueva tendencia de la clientela. Si bien las figuras del "reclamante profesional" ante el agente y el "follonero que moviliza el grupo para reclamar" en el viaje, no son precisamente nuevas, la crisis hace que vayan a más.

Enraizado en la picaresca patria, animado por una legislación abiertamente proteccionista para el consumidor, y agudizado por el actual periodo de *vacas flacas*, el hábito de engañar al agente (o cuanto menos intentarlo) es una creciente preocupación para las empresas del Sector y sus profesionales.

Está por cuantificar el coste que ello representa para agencias y proveedores, en tiempo invertido y servicios incobrados, amén de indemnizaciones.

Detectar al profesional de la reclamación y darle el tratamiento adecuado, evitar los perjuicios que genera, debiera ser objeto de un estudio sectorial e, incluso, de una acción formativa específica.

¡a chispa / Quique



Catai Tours sigue contando con la confianza de los clientes y agentes a pesar del continuo bombardeo de noticias pesimistas / Con la crisis económica hemos estrechado nuestra relación con las agencias / Confío en que este año se van a realizar muchos de los viajes propuestos en 2009 / Después de 30 años Catai sigue siendo líder en grandes viajes

«Cada vez más clientes huyen del viaje masificado y buscan el estilo Catai»

Matilde Torres / Presidenta de Catai Tours



"A pesar del continuo bombardeo de noticias pesimistas originadas por la crisis económica global, Catai Tours sigue contando con la confianza de los clientes y agentes de viajes". Así lo confirma la presidenta del turoperador especializado en grandes viajes, Matilde Torres, quien señala que "en el año 2009 se han cumplido las expectativas en cuanto al número de pasajeros, si bien se ha producido una bajada de los precios". Para el presente ejercicio, tras un comienzo marcado por el "aumento de las reservas", la presidenta de Catai Tours confía en que "el esfuerzo que estamos haciendo se materialice en un crecimiento de las ventas".

P.- ¿Cómo ha cerrado el ejercicio 2009 Catai Tours?

R.- Catai Tours sigue contando con la confianza de los clientes y agentes de viajes, a pesar del continuo bombardeo de noticias pesimistas originadas por la coyuntura adversa. Todo periodo de crisis exige una toma de conciencia de que las circunstancias obligan a plantearse superar un gran reto para continuar manteniéndose en el mercado. Este planteamiento, que ahora están asumiendo muchos, Catai lo ha tenido desde siempre. Esto nos ha permitido seguir siendo líderes de los grandes viajes.

P.- ¿Han logrado cumplir las expectativas que se habían fijado?

R.- Gracias a una muy buena operativa y al esfuerzo en la gestión comercial y de marketing se han cumplido las expectativas en cuanto al número de pasajeros. Si bien ha habido una bajada en los precios como consecuencia del descenso de tarifas aéreas y hoteleras. Por otro lado, hemos puesto en el mercado más productos acorde con las nuevas demandas, renovando itinerarios, ofreciendo destinos que antes no trabajábamos, además de satisfacer la tendencia del Turismo de salud y de deportes como el golf.

P.- ¿Cómo ha comenzado el presente año Catai Tours?

R.- Hemos comenzado con un aumento de ventas. Estamos experimentando un considerable incremento en las cifras de reservas, especialmente en los viajes que ofrecemos con descuento por venta anticipada. Tenemos una amplia y muy cuidada selección de viajes a destinos en todos los continentes que se ven beneficiados con una rebaja del 7% para las reservas realizadas con 60 días de antelación, y los clientes que saben lo que quieren están aprovechando este descuento.

Los primeros resultados son esperanzadores debido a la demanda de nuestros clientes. Es obvio que estar en la brecha satisfaciendo

do sus expectativas en cuanto a la personalización de sus viajes y a la calidad de Catai Tours da sus frutos, viéndose reflejados en la cantidad de reservas y ventas que estamos registrando. Catai es un valor seguro, tanto para las agencias como para los clientes.

P.- ¿Cree que 2010 será el año de la recuperación del Sector de agencias?

R.- Hay que animar a las personas que en 2009 no han podido realizar su

viaje. Creo que en 2010 se van a realizar muchos de los viajes propuestos en 2009, lo que va a provocar un aumento de las reservas. Por nuestra parte, tengo confianza en que el esfuerzo que estamos ha-

ciendo en todas las áreas de la empresa se va a ver materializado en un aumento de las reservas.

P.- ¿Qué posición tiene Catai Tours en el mercado español? ¿Cuál es su cuota de mercado?

R.- Después de 30 años seguimos siendo líderes en grandes viajes. Nuestra cuota de mercado está entre el 35% y el 45%. La clave para conseguir este liderazgo es la calidad de nuestros productos. Además, seguimos marcando tendencias con nuevos programas y conceptos, que frecuentemente son secundados por nuestra competencia.

P.- ¿Cuál es la clave para crecer en un mercado tan competitivo?

R.- Innovación, calidad, personalización y seguir tratando los viajes como experiencias únicas. Además, no hemos parado de ampliar la marca, tanto con la continua oferta

de nuevos productos como con su internacionalización. Nuestra programación recoge productos de deportes como golf, Moto GP, Fórmula 1, productos atractivos para familias como Legoland, nuevos destinos como Grecia, Marruecos y Túnez, pero siempre tratados con el estilo Catai.

Estamos acometiendo el lanzamiento de nuestra agencia en Portugal, en base a establecernos en el país vecino. El director de Catai Portugal, Gabriel Fiol, tiene una dilatada experiencia profesional. Antes de dar el salto a este mercado se han estudiado los productos e itinerarios más adecuado. De la misma forma, se ha llegado a un

acuerdo con Transhotel para que Catai represente a esta importante mayorista en India, donde llevamos instalados desde 2007. Actualmente contamos con una plantilla de 15 personas en este país. Entendemos que, aprovechando la implantación a todos los niveles de Catai Tours en India, podemos representar con éxito a otras empresas, con el ánimo de potenciar el tráfico turístico entre ambos países, tanto de *incoming* como de *outgoing*.

P.- ¿Qué opina sobre la guerra de precios que se ha producido?

R.- Lo más negativo es que toda la comunicación gire alrededor del descuento. Los viajes son bienes intangibles y aportan experiencias y sensaciones que no pueden ser valoradas en términos de cifras, pues tienen un valor incalculable y jamás sufren las fluctuaciones de la economía. Lo que nos debe preocupar realmente es el grado de satisfacción de los clientes y seguir respondiendo a sus expectativas.

P.- ¿La crisis ha provocado cambios en las relaciones contractuales entre mayoristas y minoristas?

R.- Diría que la crisis ha estrechado nuestra relación. Las agencias han visto que Catai Tours ha sabido responder a esta situación poniendo en sus manos muchas acciones comerciales y de marketing para potenciar las ventas y una gran variedad de nuevos productos.

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

R.- Excelente. Hay que tener en cuenta que las agencias son nuestro canal de venta y nuestro principal medio de comunicación con los clientes. Catai siempre ha tenido muy clara su importante función. La relación de proximidad es muy estrecha, ya que nuestro departamento Comercial las visita continuamente y analiza semanalmente la información que recibe de cana una.

No sólo es un canal de ventas sino también un medio muy positivo de información e imprescindible para mejorar en productos y servicios.

Catai Tours ofrece todos los años a los agentes de viajes seminarios de formación que tienen una gran acogida y aceptación. Este año llegaremos a un total de 23 ciudades y ya han participado 2.300 profesionales. En los seminarios se les facilita la información precisa, completa y detallada de los destinos.

P.- ¿Ofrecen incentivos para que contraten sus productos?

R.- Nuestros acuerdos comerciales contemplan incentivos y diferentes acciones comerciales conjuntas. Pero sobre todo el incentivo que ofrecemos para que contraten nuestros productos es la calidad, la formación, la flexibilidad y un cliente satisfecho que probablemente repita, lo que beneficia tanto a Catai como a la agencia minorista.

El año ha comenzado con un considerable aumento en las cifras de reservas de viajes

Es muy negativo que toda la comunicación gire alrededor del descuento y de las ofertas

'Escapadas que Catai llena de contenido'

Catai Tours siempre ha pensado que el concepto de gran viaje no sólo tiene que ver con la distancia, y este año incorporamos grandes viajes a destinos de media distancia como Túnez, Marruecos, Grecia, Sicilia y todos aquellos recogidos en nuestro catálogo de 'Escapadas Extraordinaria'. Además

ofrecemos viajes a los eventos deportivos como Fórmula 1, Moto GP, golf, Mundial de Sudáfrica, e incluso en España la Ruta del Camino de Santiago, un gran viaje dentro de territorio español que no podíamos dejar de lado en el año Xacobeo.



© MATILDE TORRES

Por ejemplo, respecto a Marruecos, estamos elaborando un catálogo con viajes muy seleccionados, con un especial cuidado en la calidad de servicios. Otra de las novedades es el catálogo de golf, con las propuestas más atractivas en 17 países.

Incorporamos Túnez, aprovechando el vuelo directo a Tozeur. Son escapadas que llenamos de contenido. Finalmente, para los aficionados al fútbol la gran cita será el Mundial de Sudáfrica. Catai Tours permite disfrutar de este evento y visitar Ciudad del Cabo y Johannesburgo.



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

CURSO ONLINE DE GEOGRAFIA TURISTICA DE EUROPA PARA AGENTES DE VIAJES

Características Generales

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

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



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

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

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

www.nexotur.com

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

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

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

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

escaparate

Las agencias dan empleo a 6.000 personas menos

En el pasado mes de marzo había 54.098 agentes con empleo, casi 6.000 menos que hace dos años. Sin embargo, cabe destacar que en los meses de febrero y marzo, se han registrado tímidas subidas. **Pag. 32**

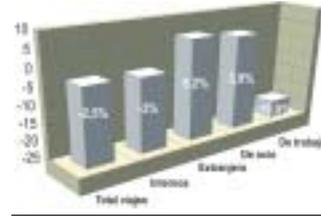
Evolución empleo en agencias



Los españoles viajan un 2% menos en marzo

Por tercer mes consecutivo, los españoles han realizado menos viajes en comparación con el año anterior. En el mes de marzo se han contabilizado 12,8 millones de viajes, un 2,5% menos que hace un año. **Pag. 11**

Variación viajes de los españoles



España, el segundo país por ingresos turísticos

España ha mantenido en 2009 su segunda posición mundial en ingresos por Turismo, por detrás de Estados Unidos, según la Organización Mundial del Turismo. China adelanta a Francia en la tercera plaza. **Pag. 12**

■ Prontuario

Vamos en la buena dirección (I)

EN ESTOS TIEMPOS, a nadie se le escapa la difícil situación por la que atraviesa el Sector Turístico en nuestra Comunidad y en especial el que se vincula a las agencias, pero es en situaciones difíciles, cuando la colaboración de todos los agentes económicos, con la administración, resulta esencial para recuperar cuanto antes un ritmo de crecimiento económico acorde a la excelente oferta turística y capacidad de desarrollo que tiene nuestra sociedad.

Pese a todas las adversidades, vamos y tenemos que ir en la buena dirección. Podemos enorgullecernos de haber puesto en marcha en la Comunidad Valenciana, proyectos que redundarán en el más breve plazo de tiempo en un incremento del Turismo y de una mayor capacitación de los profesionales que estamos comprometidos con este. Prueba de ello es INVAT.TUR, centro especializado en la generación y transferencia de conocimiento turístico, desarrollando líneas de actuación en investigación, desarrollo, innovación, inteligencia de mercados útiles para la toma de decisiones en la gestión turística.

Por otro lado, cada vez son más numerosos y diversos los cursos de formación que promovidos por las asociaciones empresariales, se desarrollan en los centros adscritos a la Consejería de Turismo, haciendo que nuestras agencias de viajes puedan estar cada día más preparadas y ser más especializadas.

La Asociación que me honro en presidir, en prueba de ello, contamos con más de 180 agencias de viajes, de las cuales aproximadamente cerca de un 40% se inclinan a ofrecer al consumidor un producto diferenciado: circuitos, turismo rural, religioso, receptivo, de aventura, deportivo, etc.

☞ Pedro Saiz es presidente de la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV).

El Sector espera que el colapso aéreo sirva para que 'el cliente se dé cuenta del papel que juega el agente'

Las agencias, cuyas pérdidas rondan los 20 millones, 'han dado alternativas y soluciones a los pasajeros'

"Con rapidez y profesionalidad", las agencias de viajes "han resuelto los problemas" de los clientes afectados por la interrupción del tráfico

co aéreo provocada por la nube de ceniza procedente de un volcán islandés. Representantes del Sector destacan el "papel fundamental que jue-

ga el agente en estos casos" y confían en que los clientes se den cuenta las ventajas que supone acudir a una agencia de viajes tradicional.

¿Verdaderos asesores o meros despachadores de billetes? La profesionalidad del agente de viajes, puesta en duda por "terceros interesados", quedó "más que demostrada" durante los seis días que estuvo interrumpido el tráfico aéreo, según apuntan los representantes del Sector de agencias.

La nube de cenizas provocada por la erupción de un volcán islandés, que dejó en tierra a más de 10 millones de pasajeros en todo el mundo, obligó a las agencias de viajes a emplearse a fondo. Pero además de este trabajo extra, minoristas y turoperadores de toda Europa han perdido en torno a 338 millones de euros, mientras que a nivel nacional podrían estar entre los 18,5 millones de euros estimados por AEDAVE y los 20 millones que calcula la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA).

Pese a las importantes pérdidas que han sufrido las agencias, los representantes del Sector destacan que esta crisis "servirá para que más de uno se dé cuenta de que, aunque Internet es un medio cómodo para realizar reservas, la agencia tradicional defiende al cliente". Así lo explica la vicepresidenta de FEAUV, Matilde Torres, quien señala que "se han vivido situaciones dramáticas".

Limitaciones de las 'online'

En esta línea, Torres hace hincapié en que "se ha puesto de manifiesto que los que compran billetes a través del medio online no tienen a quien acudir en estos casos, mientras que el agente de viajes de calle juega un papel fundamental, ya que busca alternativas y soluciona los problemas de los clientes". Finalmente, la vicepresidenta de la Federación recuerda que aunque "la normativa europea obliga a las aerolíneas a dar alojamiento a los pasajeros afectados por casos de fuerza mayor, son en muchos casos las

agencias de viajes quienes acaban asumiendo estos costes".

Por su parte, el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, indica que "los viajeros que realizaron sus reservas en una agencia española legalmente establecida han tenido a un equipo de profesionales durante las 24 horas del día intentando resolver sus problemas". "Los agentes no sólo han sacrificado su tiempo, sino que han aportado sus conocimientos e influencias", destaca Maciñeiras. Sobre la diferencia entre las agencias online y las tradicionales, el presidente de AEDAVE reconoce que las primeras "pueden tener limitaciones", mientras que las de calle "conocen al cliente, y eso es una ventaja impagable".

"Muchos agentes han trabajado durante el fin de semana e incluso en horarios nocturnos hasta solucionar los problemas de sus clientes". Así lo confirma el presidente de AGRU-



El Sector destaca la rapidez y profesionalidad de los agentes de viajes.

PA, José Luis Ramil, quien subraya la "rapidez y profesionalidad" de las agencias para dar alternativas a sus clientes. En este sentido, además de que los pasajeros que realizaron su reserva con una agencia tradicional

"han evitado en muchos casos las interminables horas de espera en los aeropuertos", Ramil destaca que "también se han ahorrado la amenaza de las prácticas especuladoras y abusos que algunos han sufrido".

Mesquida cifra en 200 millones de euros las pérdidas para el Sector Turístico en España

El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, ha explicado ante la Unión Europea las consecuencias que ha tenido para el Sector Turístico español la erupción del volcán islandés. Mesquida estima que 500.000 turistas no pudieron viajar a España cuando lo tenían previsto, cifrando las pérdidas para el Sector Turístico en más de 200 millones de euros, incluyendo y alojamientos y excluyendo aerolíneas.

Tras participar en la reunión extraordinaria de responsables de Turismo de la Unión Europea, Mesquida ha aclarado que "muchos de los turistas afectados" han llegado a acuerdos con los turoperadores para



Joan Mesquida

trasladar sus vacaciones a otro periodo. Así, destaca que esta estimación es "preliminar".

"La imagen de España no ha salido perjudicada por la situación, sino reforzada", asegura el responsable de Turismo, quien precisa que "era muy difícil" dar una

salida rápida y satisfactoria con los aeropuertos cerrados. En este sentido, recuerda que se organizó un importante sistema de repatriación de los turistas y muestra "un profundo agradecimiento" al Sector Turístico en general por su comportamiento.

A nivel europeo, el vicepresidente de la Comisión Europea y responsable de Industria, Antonio Tajani,

estima que las pérdidas ocasionadas por la nube volcánica en el Sector Turístico llegan casi a los 1.000 millones de euros y que el cálculo de turoperadores y agentes de viajes es que se han gastado más de 388 millones para asistir a sus clientes y facilitar su repatriación.

Ante esta situación, la Unión Europea se compromete a acelerar el proceso de la creación del 'cielo único'. Además, se creará de manera "inmediata" una célula de crisis que permita coordinar las actuaciones de los Estados miembros y los distintos organismos implicados. Por último, los gobiernos esperan de la Comisión Europea unas directrices que aclaren los requisitos que deben cumplirse para conceder las ayudas al sector aéreo.



DISEÑADA PARA LOS NEGOCIOS



Consiga unas ventajas exclusivas, vía Helsinki, volando la ruta más rápida y más corta hasta llegar a Asia. Le prometemos un agradable vuelo para sus viajes de negocios gracias a nuestros optimizados horarios y a nuestra premiada clase Business. Disfrute de la comodidad de unos asientos totalmente abatibles garantizando un viaje donde el descanso será el único protagonista. Y es que disponemos de la flota más moderna de Europa para que tenga un viaje cómodo y relajante.

UNA FORMA DE VIAJAR INTELIGENTE PARA SUS
NEGOCIOS MÁS IMPORTANTES. PARA MÁS INFORMACIÓN,
VISITE WWW.FINNAIR.COM

Contacte con Finnair: 901 888 126, spain@finnair.com

FINNAIR 

THE FAST AIRLINE BETWEEN SPAIN AND ASIA

Los cruceros de MSC han operado sin alteraciones

MSC Cruceros desmiente que los cruceros del Mediterráneo no hayan podido operar durante los días que estuvo interrumpido el tráfico aéreo. Su director general en España, Emiliano González, afirma que todos los buques completaron sus recorridos sin prácticamente ninguna alteración. Solo MSC Magnífica "tuvo un retraso en su salida desde el puerto de Bari", explica González.

Se crea la red 'Cultura y Turismo Urbano'

Un total de 17 empresas y asociaciones culturales de diversas ciudades de España y Europa han conformado la red 'Cultura y Turismo Urbano'. La vicepresidenta de la red, Marta Templado, explica que "buscamos desarrollar productos asequibles y de calidad" de la mano de los *city breaks* o escapadas de pocos días, un "segmento emergente y de clientes exigentes y fieles".

Desestacionalización para generar más empleo

El delegado del Gobierno en Asturias, Antonio Trevín, ha anunciado que, como parte de una serie de medidas para dinamizar la economía, la Administración aprobará unos incentivos fiscales para la rehabilitación de edificios y la desestacionalización del Turismo. Se buscará que los establecimientos turísticos "extiendan su actividad durante más de seis meses al año para contribuir al empleo".

Un impacto económico de más de 12 millones

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada estima "un impacto económico superior a 12 millones de euros en la ciudad gracias a la celebración de 15 congresos entre abril y junio", según la directora del recinto, Eva Fernández. Los eventos serán de ámbito nacional e internacional y congregarán a más de 12.000 participantes. Cinco de ellos son de carácter mundial.

Juan José Hidalgo: 'Para Globalia Corporación no ha habido crisis en 2009, ya que obtuvo mejores márgenes'

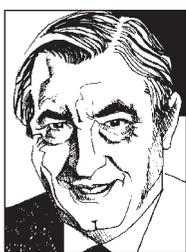
Para el presidente del grupo turístico 'Halcón Viajes tiene un gran recorrido y esperamos que alcance las 2.000 oficinas en 2010'

Globalia Corporación ha cerrado 2009 con "unos beneficios históricos de 32,8 millones de euros". Tras obtener estos resultados, "du-

plicando las ganancias de 2008", el presidente del grupo turístico vaticina que "2010 no será tan bueno". Entre sus empresas, Juan José Hi-

dalgo cita a Air Europa como "la más rentable". Respecto a Halcón Viajes, espera que en 2010 alcance las 2.000 oficinas.

Aunque en términos de facturación Globalia Corporación experimentó en 2009 una retracción del 15%, con unos ingresos consolidados de 2.282 millones de euros, el grupo logró aumentar sus márgenes de beneficios. En una entrevista concedida a NEXOTUR, su presidente,



Juan José Hidalgo

Juan José Hidalgo, confirma que en "obtuvimos unas ganancias históricas", superando los 32 millones de euros, "el doble del ejercicio anterior".

Pese a reconocer que "la coyuntura adversa nos afecta, ya que el con-

sumo ha caído", destaca que "para nosotros no ha habido crisis". "Hemos facturado menos, pero hemos cerrado con mejores márgenes", apunta. Para lograrlo, Globalia adoptó "un sinnúmero de medidas, desde recortes en los gastos, hasta la renovación de la flota de Air Europa con aviones

más eficientes", explica. Sobre la cuota de mercado del grupo en el mercado español, Hidalgo señala que "varía según los sectores", aunque afirma que "somos indiscutiblemente el primer grupo turístico es-

pañol por volumen de facturación". De cara a 2010, prevé que "no sea tan bueno como 2009, pero confiamos en obtener beneficios". Así, considera que la situación del Sector Turístico "mejorará algo, pero creo que la recuperación llegará después de 2010".

Preguntado por el funcionamiento de la red minorista y mayorista, reconoce que "se han visto afectadas por la caída del consumo", pero destaca que "han hecho los deberes y son sólidas". "Halcón Viajes ha comenzado a expandirse por la vía de las franquicias y Travelplán goza de una salud de hierro", añade. Sobre Halcón Viajes, que en 2009 incorporó 300 nue-

vas oficinas franquiciadas a su red, Hidalgo asegura que "tiene un gran recorrido con esta fórmula", y espera "llegar a las 2.000 oficinas en 2010".

Entre las diferentes empresas del grupo, su presidente cita a Air Europa como la que "mejores beneficios ha obtenido en 2009". "Afortunadamente, hemos hecho los deberes a tiempo y podemos presumir de tener, no sólo una de las flotas más modernas del mundo, sino también una de las más rentables", señala. Asimismo, Hidalgo adelanta que "Air Europa está abriendo importantes rutas", incorporando Londres, Lisboa, Lima y Miami, "y habrá novedades pronto".

Desestimada la demanda del grupo Marsans contra IATA

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) no incurrió en "infracción alguna" al retirar la licencia para vender billetes de avión a Marsans. Así se desprende del auto del Juzgado de lo Mercantil número 12 de Madrid, por el que se desestima la demanda del grupo.

No obstante, el juez admite que hasta el momento ninguna de las empresas vinculadas al grupo "ha dejado de atender los pagos de liquidaciones de IATA". Si bien afirma que los informes presentados no acreditan el cumplimiento de los requisitos o ratios de solvencia establecidos por la asociación, puesto que la auditoría "arrojan serias dudas sobre las cuentas anuales".

Los indicadores turísticos reflejan un comienzo de la recuperación del emisor y del receptor en 2010

Pese a los buenos resultados del primer trimestre habrá que esperar al verano para medir la situación del Sector

Tras un año 2009 pésimo para la práctica totalidad de segmentos turísticos, diversos indicadores reflejan una cierta recuperación del Sector Turístico. En los primeros meses

del año, sólo los desplazamientos internos de los españoles se contraen, mientras los viajes al extranjero y el receptor se incrementan. Así, aunque es pronto para hablar de recu-

peración, los datos constatan un cambio de tendencia. Habrá que esperar a ver cómo evoluciona la temporada de verano para comprobar realmente si se trata de una recuperación.

Aunque las empresas turísticas siguen padeciendo la caída del consumo y la pérdida de rentabilidad, los últimos indicadores parecen apuntar a un inicio de la recuperación de la actividad turística. A la espera de conocer cómo se desarrollan los próximos meses, las cifras del primer trimestre y, especialmente, los datos relativos al mes de marzo, muestran evoluciones positivas, tanto en lo que respecta al emisor como al receptor.

En cuanto al emisor, la Balanza de Pagos, elaborada por el Banco de España, muestra un aumento de los pagos efectuados por los españoles para desplazarse al extranjero. En concreto, tras un largo periodo marcado por la disminución del emisor, en febrero —último mes analizado por la entidad—, los pagos registran un ligero incremento del 0,4%, con 947 millones de euros. La producción del BSP en el mercado español en marzo también constata un incremento de los desplazamientos por vía aérea. La ven-

ta de billetes de avión a través de las agencias de viajes españolas experimenta un incremento del 4%, con una facturación de 901 millones de euros.

Sin embargo, mientras que los viajes de los españoles al extranjero aumentan un 5% en marzo, los desplazamientos domésticos, que en 2009 crecieron significativamente, han comenzado el año con un sorprendente descenso. Al igual que en los dos primeros meses de 2010, los españoles han realizado un 2,5% menos de viajes a destinos nacionales. Esta contracción se refleja en la producción del BSP, que, aunque se incrementa a nivel global, continúa siendo negativa en el mercado doméstico. En concreto, los pasajes comercializados en agencias de viajes para desplazamientos por el propio territorio nacional se contraen un 13% respecto a 2009.

El receptor también parece comenzar a revertir la tendencia negativa de 2009. En febrero, el Banco de España confirma que los ingresos derivados

del Turismo mitigan su caída. Mientras que en 2009 se registraba una retracción del 9%, en febrero se observa un tímido descenso del 0,6%. Asimismo, en marzo, último mes analizado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), el número de turistas que han visitado España ha aumentado un 3%, con 3,5 millones de viajeros. Cabe destacar que los principales mercados emisores, a excepción de Reino Unido, presentan evoluciones favorables. Además de recibir más turistas, el gasto efectuado por los mismos en marzo también crece un 5%.

En cuanto al empleo, la reactivación del Turismo ha propiciado que por primera vez desde julio de 2009 el número de empleados en actividades características del Turismo aumente. Según el Ministerio de Trabajo e Inmigración, el Turismo ha dado empleo a 1,9 millones de personas en marzo, un 2,2% más que en febrero y un 0,9% más que en marzo de 2009. En el Sector de agen-



Fuente: Banco de España e Instituto de Estudios Turísticos.

©NEXOTUR

cias el incremento es del 0,9%, creando cerca de 700 puestos de trabajo.

Aunque aún parece pronto para hablar de una recuperación definitiva del Sector, los datos expuestos constatan un cambio de tendencia. No obstante, habrá que esperar a ver

cómo evoluciona la temporada de verano, que medirá la situación real del Sector, así como comprobar las consecuencias que la interrupción del tráfico aéreo por la nube de ceniza procedente de un volcán islandés ha tenido en las empresas turísticas.

En septiembre cerrará Club de Vacaciones

Club de Vacaciones, turoperador propiedad del grupo Spanair, cesará su actividad el próximo mes de septiembre, tras aceptar el Ministerio de Trabajo e Inmigración su Expediente de Regulación de Empleo (ERE). Respecto a los viajes ya vendidos, la mayorista asegura que "se garantizará el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los clientes".

United y Continental crean el mayor grupo aéreo

United Airlines y Continental Airlines se fusionan. La operación, valorada en 3.000 millones de euros, supondrá la "creación del grupo aéreo más grande del mundo", con 370 destinos y unos ingresos cercanos a los 22.000 millones de euros. La ecuación de canje se establece en un 55% para United y un 45% para Continental. La aerolínea resultante mantendrá el nombre de United Airlines.

Los billetes de avión se encarecen más del 10%

Los precios de los billetes de avión ha sufrido un encarecimiento "significativo" a nivel mundial, como indica la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Así, en la clase económica la subida ha sido de un 10% y en la clase *business* alcanza un incremento del 15%. No obstante, indica que estas cifras están sólo a mitad de camino de los niveles alcanzados a principios de 2008.

Anbal promocionará la 'Balnearios de España'

La Asociación Nacional de Balnearios (Anbal) ha analizado en su XXXV Asamblea General Ordinaria la "problemática" actual del termalismo en nuestro país y ha aprobado una serie de iniciativas como la promoción de la marca 'Balnearios de España' o un plan de formación. Ésta se llevará a cabo junto a otras instituciones y se desarrollará a lo largo de 2010.

José Luis Méndez: 'El año ha empezado mejor de lo que se esperaba, pero no será tan bueno como 2008'

El nuevo vicepresidente ejecutivo de UNAV advierte de que 'el Turismo tardará más en recuperarse que otros sectores'

José Luis Méndez, ligado a la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) desde 1989, 19 de ellos como consejero y dos como tesorero, ha sido nombrado recientemente vicepresidente ejecutivo de la Asociación. Méndez reconoce que llega "en un momento duro" al cargo, "no sólo en nuestro Sector, sino en casi todos". Pese a ello, recuerda que "los momentos no se eligen, surgen, por lo que hay que estar



José Luis Méndez

preparados para salir airosos con trabajo y un buen equipo de profesionales".

Méndez se marca como retos "seguir en la misma línea de continuidad, luchar por la unidad del Sector y continuar ofreciendo a los socios de UNAV la mayor cobertura de asesoría jurídica, fiscal, contable y laboral". Asimismo, otro de los grandes objetivos de la Asociación es contribuir "para lograr un mayor grado de

profesionalidad en el Sector". Para conseguirlo, "estamos constantemente lanzando cursos".

Sobre la situación que atraviesa el Sector, el vicepresidente ejecutivo de UNAV confirma que "2010 ha empezado mejor de lo que se esperaba, aunque no es tan bueno como 2008". Al respecto, espera que en la temporada de verano se produzca una mejora. "Hay mucha demanda de información, por lo que deducimos que los clientes quieren programar sus vacaciones", apunta Méndez.

Méndez señala que "la subida del IVA no nos beneficia y con tan pocas ayudas no creo que 2010 vaya a ser un año para enmarcar". Para impulsar el Turismo, pide a la Administración que "estudie concedernos ayudas similares a otros sectores".

Sobre la oferta de última, Méndez advierte de que este verano "va a haber destinos en los que va a estar todo agotado, ya que hay una capacidad limitada". "Nosotros siempre aconsejamos lo que creemos mejor, y que duda cabe que unas vacacio-

nes programadas con un profesional competente te permite disfrutar del viaje sin sobresaltos", explica. En cuanto a la guerra de precios, el vicepresidente ejecutivo de UNAV apunta que "estas estrategias no son buenas para nadie". Sin embargo, confía en que "los precios normales vuelvan a la normalidad, ya que no se pueden mantener eternamente". Finalmente, advierte de que "las agencias cuyas campañas se hayan basado en el factor precio tarde o temprano pagarán sus consecuencias".



Paray reflexiona ¡Llegó la hora de migrar!



g a s o l i n a

No lo pienses más,

Travelport  Galileo

es tu mejor opción

"Te desplazas un poco para ir a la gasolinera que te gusta. Tienes otra más cerca de casa, pero el precio del litro de gasolina está más caro y al final de mes se nota. Además te gusta que no sea autoservicio. Tú pagas y tú eliges y en este terreno estás seguro de que te gusta tu proveedor. Mereció la pena la comparativa. ENHORABUENA".

Llámanos sin compromiso al 91 7430675 - 93 4157164
envía un correo electrónico a ventas.es@travelport.com
o visita www.travelport.com/es

Ya lo hiciste con otros proveedores y FUNCIONÓ

Los Salones TurNexo, reúnen oferta de 25 proveedores en sus cinco citas, para un millar de agentes de viajes

Además de poner en contacto a proveedores y agentes de viajes, los Salones han abordado la situación que atraviesa el Sector

En el Hotel Al-Andalus Palace de Sevilla han concluido los Salones TurNexo, que desde el 6 de abril han recorrido cinco ciudades españolas. Además de la microferia especializada,

que ha superado en un 20% el número de expositores respecto a la pasada edición, alrededor de los Salones han tenido lugar debates y seminarios en los que representantes del

Sector han analizado temas de candente actualidad para las agencias de viajes, como la salida de la crisis, los resultados de Semana Santa o los cambios de hábitos de los clientes.

Sevilla ha acogido la última cita de los Salones TurNexo, que en apenas 20 días han recorrido las ciudades de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. Esta microferia especializada, que viene organizando el Grupo NEXO desde hace más de una década, se ha convertido una edición más en el punto de encuentro de agentes y proveedores. En su cita con los agentes andaluces, el Salón ha congregado a cerca de una decena de proveedores, entre los que se encontraban turoperadores como Catai Tours, Iberojet y Octopustravel, aerolíneas como Continental Airlines, o proveedores de soluciones tecnológicas como Travelport, entre otras empresas.

El evento, que cuenta con el respaldo de las principales entidades y Organizaciones empresariales del

Sector Turístico, ha logrado congregar, pese a la coyuntura económica adversa, a un 20% más de expositores que en la edición de invierno, contando con la presencia de cerca de 25 proveedores turísticos. Además de este salto cuantitativo, cabe destacar la importancia de las empresas que se han dado cita en los Salones. Transportistas como Iberia, Continental Airlines y Renfe, turoperadores como Travelplan, Catai Tours, Octopustravel e Iberojet, y cadenas hoteleras como Sol Meliá y Hotusa, entre otros proveedores, han presentado a los agentes de viajes sus novedades de cara a la temporada de verano.

Precediendo a los Salones TurNexo han tenido lugar en algunas de las ciudades seminarios y debates en los que expertos del

Sector han analizado la situación que atraviesan las agencias de viajes. En el Salón TurNexo Madrid se celebraba el seminario profesional de AEDAVE: 'Agencias ¿Y el día D+1, qué?', en el que representantes de las principales Asociaciones y el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Antonio Nieto, abordaban la necesidad de prepararse para el final de la crisis.

Situación del Sector de agencias

Durante el seminario el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, consideró necesario que "las empresas del Sector estudien los cambios que se están produciendo con la crisis económica y financiera y adapten sus estructuras para dar respuesta a esta situación". Por su parte, el director general de Tu-

rismo de la Comunidad de Madrid citaba la "especialización y la formación" como los dos grandes desafíos del Sector de agencias de viajes, y recordaba que "el empleo no ha caído más en la región gracias a la influencia del Turismo".

En el Salón TurNexo Catalunya, que tuvo lugar el 8 de abril en el Hotel Eurostars Grand Marina de Barcelona, se organizó el Debate NEXOTUR, en el que se puso de manifiesto que las agencias de viajes de la Comunidad cerraron la Semana Santa "con una leve mejoría, pero abril y mayo serán meses muy duros". Durante el debate, el presidente del Grupo comercial Avasa, Luis Felipe Antoja, recordaba que "esta festividad hace tiempo que en Cataluña sólo es un puente largo", mientras que el presidente de

AEDAVE Cataluña, Víctor Muntané, señalaba que "la Semana Santa ya no actúa como test para adelantar el comportamiento de las ventas de cara a la temporada de verano".

El último Debate NEXOTUR organizado en el Salón TurNexo Valencia, celebrado el 22 de abril en el Hotel Ayre Astoria Palace. En el mismo, los representantes del Sector coincidieron en señalar que pese a que el consumidor se muestra precavido, las agencias mantienen unas previsiones optimistas para la temporada de verano, apostando por potenciar la venta anticipada. El presidente de AEDAVE Comunidad Valenciana, Vicente Blasco, ratificaba este dato, pero matizaba que "cuando la Semana Santa coincide con marzo, como ha ocurrido este año, abril es un mes muerto".

El Salón TurNexo Andalucía permite a los agentes conocer las novedades de los principales proveedores

Una decena de expositores presentan sus ofertas a los profesionales que se han dado cita en el Hotel Hotel Al Andalus



Numerosos agentes de viajes se han dado cita en el Salón TurNexo Andalucía, celebrado el pasado jueves 28 de abril en el Hotel Al-Andalus Palace de Sevilla.



El evento, que viene siendo organizado por el Grupo NEXO desde hace más de una década, se ha vuelto a convertir en el punto de encuentro entre agentes y proveedores turísticos.



Cerca de una decena de proveedores turísticos han presentado sus novedades y ofertas para la temporada de verano a los agentes de viajes de la Comunidad andaluza.



El Salón, que ha incrementado su número de expositores respecto a la edición anterior, ha concluido con un cóctel del que han disfrutado todos los asistentes.

Los españoles viajan un 2% menos durante marzo

En marzo se han contabilizado 12,8 millones de viajes, un 2,5% menos que hace un año. Mientras que los viajes internos descienden un 3%, representando el 93,4%, los desplazamientos al extranjero crecen un 5,2%, abarcando el 6,6%. El 53,8% han sido por ocio, un 3,9% más. Sin embargo, este buen comportamiento no ha podido compensar la caída del 19,5% de los motivados por trabajo.

El tráfico de pasajeros aéreos crece más del 10%

El tráfico de pasajeros ha registrado en marzo una mejora del 10,3%, según la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Esto supone un proseguido fortalecimiento de la demanda, ya que en febrero ha registrado un aumento del 9%, aunque la asociación ha advertido de los efectos adversos de la nube volcánica y del cierre del espacio aéreo en las cifras del mes de abril.

Aumenta el 6% el tráfico de cruceristas hasta marzo

El tráfico de pasajeros de cruceros experimenta un crecimiento del 6,5% en el primer trimestre de 2010, alcanzando los 800.567 viajeros, según Puertos del Estado. Entre los diferentes puertos españoles, el de Barcelona, uno de los más importantes, registra una contracción del 10% en el tráfico de cruceristas durante los tres primeros meses del año.

El 40% de los españoles, mentiría por algo gratis

Los clientes españoles son los "más mentirosos" de Europa por delante de franceses (34%) e italianos (32%), ya que un 40% de ellos estaría dispuesto a mentir para obtener a cambio algún beneficio en los hoteles, según una encuesta de Hoteles.com. Por el contrario, los daneses son los "más honestos" del continente (7%), seguidos de alemanes (18%) e irlandeses (22%).

El gasto de los turistas que visitan España en marzo aumenta más del 5%, hasta 3.288 millones de euros

El desembolso realizado por los visitantes llegados con un viaje organizado registra un incremento cercano al 11%

El gasto realizado por los turistas extranjero en marzo ha sido de 3.288 millones de euros, un 5,4% más, según la encuesta de Gasto Turístico (Egatur). El desembolso medio por turista aumenta un 2,1%, con 930 euros, y el medio diario supera los 100 euros, con una subida del 12,3% respecto al mismo mes del ejercicio anterior.

Los turistas llegados con un viaje organizado incrementan su gasto un 10,9%, hasta alcanzar los 1.063,6 millones de euros. Por su parte, los que no han contratado un 'paque-

te', que aportan 2.224,6 millones de euros, aumentan el 3%.

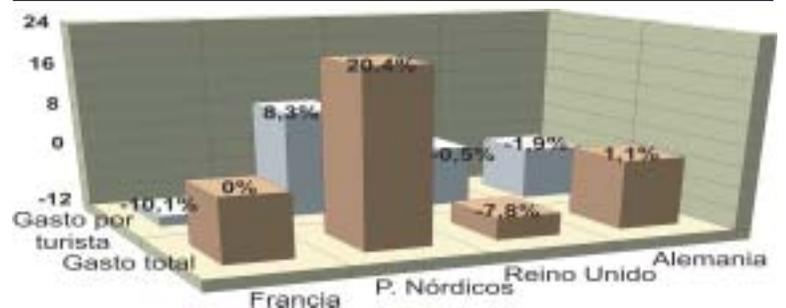
Hasta marzo, el gasto total realizado por los visitantes en España es de 8.220 millones de euros, un 2,1% más que en 2009. El medio por persona, de 936 euros, crece un 1,9%, y el diario, que roza 100 euros, lo hace un 5,1%.

Los principales mercados emisores de turistas evolucionan favorablemente en marzo, con la única excepción de Reino Unido, que con 621 millones de euros cae el 7,8%. El mal comportamiento de este país, provo-

ca que Alemania ascienda a la primera posición, con 665 millones de euros, un 1,1% más.

Países Nórdicos e Italia, tercera y quinta potencias emisoras, respectivamente, presentan los incrementos más significativos, con el 20,4% y el 19,3%, respectivamente. Cataluña y Canarias se mantienen como las principales Comunidades autónomas receptoras de gasto. Le siguen Andalucía, Madrid y Baleares, la Comunidad Valenciana y el resto de Comunidades.

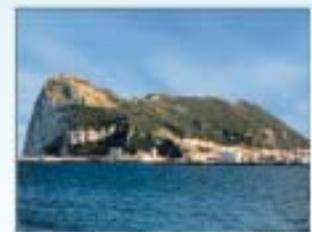
Evolución del gasto en marzo



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

©NEXOTUR

GIBRALTAR



Shopping

Disfrute de una experiencia única realizando sus compras en Gibraltar durante todo el año.

Más información: +350 20074950 ó information@tourism.gov.gi



Cae un 12% el beneficio de Mondial Assistance

Mondial Assistance ha obtenido en 2009 un beneficio neto de 56 millones de euros, un 11,8% menos que en 2008. Su facturación ha crecido un 4,8%, con 1.670 millones de euros, impulsada en parte por el incremento del 11,7% de sus ventas en España. Por áreas de negocio, los seguros de viaje han aumentado su actividad en un 3,8%, un 47% de los ingresos totales de la compañía.

Nepal evacúan a turistas atrapados por la huelga

El pasado 4 de mayo, Nepal comenzaba a evacuar a decenas de turistas atrapados por la huelga general convocada tres días antes por los maoístas en su lucha política con el Gobierno nepalí, que podría poner en peligro el acuerdo de paz. Aunque los visitantes no han sido amenazados por los maoístas, todas las carreteras han sido bloqueadas, por lo que muchos permanecían atrapados en Pojara.

Fycma y Málaga crecen en el Turismo congresos

En crecimiento y con buenas expectativas. Así es la situación del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), según la directora general del recinto, Yolanda de Aguilar, quien ha apuntado que actualmente las instalaciones, al igual que la ciudad, como destino de congresos, "están en una curva ascendente". "Málaga sigue creciendo, a diferencia de otros destinos", puntualiza.

Olivet adquiere autocar ComfortClass de Setra

Olivet ha adquirido un S 416 GT-HD de Setra equipado con 54 butacas con cabezales tapizados en piel y reposapiés. Es la primera empresa en Cataluña que matricula un autocar de la gama ComfortClass con las nuevas medidas de remodelación. Con este autocar, pretende ofrecer el máximo confort a sus pasajeros con bajo ruido, amplias butacas y monitores de 19 pulgadas, entre otras cosas.

El Mundial de Sudáfrica atraerá un 22% menos de turistas de lo estimado

El precio y la distribución 'online' propician una 'escasa venta' en los países africanos

El Mundial de Sudáfrica, que comienza el 11 de junio, podría atraer al país cerca 373.000 turistas, 110.000 menos de lo estimado inicialmente, aunque el incremento del 35% del gasto medio por visitante permitirá que el volumen de ingresos "no sufra modificaciones significativas". La consultora Gran Thornton, que hace dos años estimó que el país recibiría 483.000 viajeros, prevé que el evento supondrá un aumento del 0,56% del Producto Interior Bruto (PIB) del país, una "contribución significativa".

La reducción del 22,7% del número de visitantes extranjeros se atribuye a la "escasa venta de entradas en los países africanos", que cuentan con cinco selecciones clasificadas —Camerún, Ghana, Costa de Marfil, Nigeria y Argelia—, además de la anfitriona. El "excesivo" precio de las entradas, sumado a su "inadecuado" método de distribución (por Internet y con tarjeta de crédito), provocará que únicamente 11.289 africanos acudan a

algún partido del Mundial, frente a los 48.145 que potencialmente habrían podido acudir.

La revisión de la previsión de visitantes con entradas en el resto del mundo pasa de 288.500 a 228.500. En este caso, la consultora sudafricana subraya que este menor descenso se debe "a la situación económica". Del total de 373.000 visitantes extranjeros previstos, el 63% acudirá con entrada, mientras que un 28% no asistirá a los estadios.

Pese a esta evolución negativa, el estudio apunta que tanto el gasto como la estancia aumentarán. En concreto, los turistas permanecerán una media de 18,7 días en Sudáfrica, frente a los 14 previstos inicialmente, asistiendo a una media de cinco partidos. "El hecho de que sea un destino de largo recorrido disuadirá a algunos, pero los que vengan se quedarán, al menos, mientras juegue su selección", apunta Gran Thornton. El alargamiento de la estancia se traducirá en un mayor gas-



Se esperan cerca de 373.000 turistas.

to por visitante, que se situará en torno a los 3.000 euros.

Más allá del número de visitantes y su desembolso, la consultora sudafricana destaca que la aportación más relevante del Mundial de Sudáfrica será la "enorme oportunidad para dar a conocer el país en el resto del mundo". Al respecto, espera que este evento ayude al destino a alcanzar los dos millones de turistas anuales a partir de 2015.

Las agencias especializadas en MICE crean una Asociación

Representantes de agencias de viaje receptoras de la Costa del Sol especializadas en Turismo de Reuniones e Incentivos han acordado constituir una asociación que agrupe a las principales empresas del Sector. La entidad defenderá los intereses de los Destination Management Company (DMC). "Esta Asociación se encargará de poner en marcha una serie de iniciativas que contribuyan a coordinar esfuerzos para defender los intereses de los DMC y difundir la importante labor que realizan estas agencias dentro del mercado turístico", explican desde el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Entre las acciones que llevará cabo la futura Asociación, cabe destacar la de mantener reuniones con las instituciones y los principales proveedores operativos en el Turismo de Reuniones e Incentivos, "con vistas a consensuar líneas de trabajo y el cierre de acuerdos de colaboración bilaterales". Se ha acordado, además, solicitar la colaboración institucional para poner en marcha una campaña de comunicación "que ayude a poner en valor y di-

fundir la importante labor que realizan los DMC en favor del Turismo en nuestra provincia".

Diversos estudios sectoriales concluyen que el segmento del Turismo de Reuniones e Incentivos es el de mayor importancia cualitativa de cuantos operan en la Costa del Sol, según el Patronato de Turismo. "Las razones para esta afirmación se basan en su alto poder adquisitivo, su efecto desestacionalizador de la temporada turística y la cantidad de puestos de trabajo directos e indirectos que crea", señalan.

"La Costa del Sol es el principal destino receptor de este tipo de Turismo en España y uno de los primeros de Europa", tras las ciudades de Madrid y Barcelona, han asegurado desde el Patronato. Las agencias especializadas en el mercado de Reuniones e Incentivos de este destino facturan un total de 154 millones de euros anuales y dan trabajo directo a más de 310 personas, "datos que corroboran la importancia de este segmento turístico para el Turismo en nuestra región y para la economía de nuestra provincia en general".

España mantiene su segundo puesto mundial por ingresos del Turismo en 2009, por detrás de EE UU

En el mes de enero de 2010, el aumento en el número de turistas internacionales ha sido del 7,2%, y en febrero del 6,9%

España ha mantenido en el año 2009 su segunda posición mundial en ingresos por Turismo, por detrás de Estados Unidos, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Por su parte, China, con un crecimiento interanual del 21% en 2009, ha relevado a Francia de su tercer puesto mundial. Para 2010, la OMT prevé que el crecimiento experimentado

sea de entre el 3% y el 4%, cuando en 2009 cayeron un 4,3%. Respecto a los ingresos, considera que la recuperación será más lenta que en la llegada de turistas.

Los ingresos por Turismo en España en 2009 le han permitido mantener su segunda posición dentro del ranking mundial, sólo por detrás de Estados Unidos, según la OMT. Asimismo, China ha pasado a ocupar el tercer puesto entre los diez primeros países por ingresos del Turismo, relevando a Francia.

Francia sigue siendo el país que más turistas internacionales recibe, pero el cuarto en cuanto a ingresos, seguido de Estados Unidos y España, que mantiene su tercer puesto mundial, tras perder el segundo en 2008. Asimismo, la OMT ha informado que el número de turistas internacionales en todo el mundo se incrementó un 7% en los dos prime-

ros meses de 2010 respecto al mismo período del año anterior, hasta 119 millones, lo que confirma la recuperación del Turismo mundial iniciada en el último trimestre de 2009.

No obstante, estas cifras aún quedan por debajo de la situación previa a la crisis, ya que suponen un 2% menos de turistas que entre enero y febrero de 2008. La OMT estima que el cierre del espacio aéreo en gran parte de Europa entre el 15 y el 20 de abril, por la nube volcánica procedente de Islandia, restará medio punto al volumen de las llegadas de turistas en Europa y un 0,3% al de las mundiales.

En enero, el aumento en el número de turistas internacionales fue del 7,2%, en tanto que en febrero fue del

6,9%. Todas las regiones del mundo subieron en los dos primeros meses de 2010, especialmente Asia, con un 10%, seguida de África, con un 7%, y Oriente Medio, mientras que en Europa y las Américas fueron algo inferiores, del 3% en ambos casos.

Entre enero y febrero, de los 77 destinos que han aportado sus resultados a la OMT, 60 han registrado cifras positivas y 24 de ellos incluso crecimientos de dos dígitos como en el caso de Estonia, Israel, Hong Kong, Macao, Japón, Taiwán, Indonesia, Singapur, Vietnam, Nicaragua, Ecuador, Marruecos, Arabia Saudí o Egipto.

La OMT prevé que este año cerrará con un crecimiento de entre 3% y 4% en relación al año precedente,



En enero y febrero de 2010 el incremento de llegadas de turistas ha sido del 7%.

cuando las llegadas internacionales cayeron un 4,3%. En cuanto a los ingresos por Turismo, que el pasado año se redujeron un 6%, hasta 611 millones de euros, la organización

considera que su recuperación será más lenta que la de las llegadas de turistas, ya que la experiencia muestra que en tiempos de crisis siempre se ven más afectados.

La restricción de líquidos continúa hasta abril de 2013

La Unión Europea (UE) mantendrá hasta abril de 2013 las restricciones a los líquidos en el equipaje de mano en los aviones, ya que considera que persiste el riesgo de atentados y todavía no se dispone de escáneres en todos los aeropuertos. Desde el 29 de abril de 2011 se podrán conservar estos líquidos siempre que vayan en bolsas precintadas y pasen una inspección manual.

Madrid apoya celebrar la 'Ryder Cup' de 2018

La Comunidad de Madrid apoya la candidatura a la Ryder Cup 2018. Así, la Comunidad apuesta por la celebración de grandes eventos deportivos "como forma de promocionar la región como destino turístico", informan desde el Gobierno regional. El Turismo de golf despierta un gran interés porque esta clase de viajeros tienen un gasto diario muy elevado y sus estancias son más largas.

Más de 350.000 delegados en el CCIB en el año 2010

El Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB) ha confirmado para 2010 "la celebración de relevantes encuentros de muy diversos ámbitos", según su director general, Marc Rodríguez. Durante el presente año el centro reunirá a más de 350.000 delegados en encuentros de ámbito nacional e internacional. Cobran especial protagonismo los congresos del sector médico.

Atlanta logra el certificado de calidad ISO 9001:2008

Atlanta ha obtenido la certificación internacional de calidad ISO 9001:2008. La implantación de este sistema para la correcta gestión de la calidad se encuentra inmerso dentro de un plan estratégico de la compañía que tiene como finalidad "consolidar la filosofía de orientación al cliente", asegura. Este plan tiene como objetivo satisfacer de forma anticipada y continuada las necesidades del cliente.

Globalia espera vender este año 50.000 'paquetes' turísticos a Cuba

Travelplán y Air Europa, ambas pertenecientes a Globalia Corporación, pretenden convertirse en "los principales emisores de turistas españoles a Cuba este verano". Para lograrlo, están llevando a cabo una campaña de promoción entre agentes para acercarlos "la rica oferta de posibilidades que Cuba pone a disposición del turista español".

En colaboración con la Oficina de Turismo de Cuba, Travelplán y Air Europa inició el pasado 26 de abril una ronda de presentaciones

por las principales ciudades españolas ante más de 700 profesionales. La directora de Marketing de la mayorista, Susana Reoyo, se marca como meta "llegar a vender 50.000 'paquetes' turísticos a la isla". Por su parte, la directora de la Oficina de Turismo de Cuba, Iyolexis Correa, asegura que "vamos de la mano con Travelplán y Air Europa porque son empresas de primer nivel, con una fantástica predisposición y capaces de ofrecer las mayores garantías al turista".

UCAVE alerta de la posible ilegalidad de franquicias como Viajes Outlet

La Unión Catalana de Agencias de Viajes Emisoras (UCAVE) alerta de que algunas franquicias turísticas, como Viajes Outlet, "podrían seguir un modelo empresarial ilegal". El presidente de la Asociación, Rafael Serra, recuerda que "la franquicia bajo esta fórmula no está permitida en Cataluña".

Por ello, Serra advierte a los posibles inversores del "riesgo de este tipo de empresas". Viajes Outlet, agencia creada por un joven catalán de 17 años, asegura

en su *web* haber recibido 50 solicitudes de franquicia y propone a los internautas "montar una adquiriendo exclusividad en tu zona". UCAVE matiza que "aplaudimos cualquier iniciativa empresarial de éxito, pero siempre que no vaya en perjuicio de los consumidores y del Sector", por eso aclara que las cifras difundidas por dicha agencia, que aseguraba haber facturado 25.000 euros en los dos primeros meses, "no tienen ninguna credibilidad".

AGAVI muestra a las agencias de viajes las posibilidades turísticas de Galicia

Los profesionales comprobaron 'in situ' la oferta turística de la Comunidad gallega

La Asociación Gallega de Agencias de Viajes (AGAVI) ha organizado unas jornadas de trabajo para más de 50 profesionales del Sector de las agencias de viajes y mayoristas con el fin de enseñarles las posibilidades turísticas de la Comunidad. La presentación del Xacobeo ha iniciado el programa. AGAVI ha convocado entre el 30 de abril y el 2 de mayo, a más de 50 profesionales del Sector de las agencias de viajes y mayoristas para darles a conocer la oferta turística de Galicia y sus "múltiples posibilidades más allá del fenómeno Xacobeo", ha afirmado la Asociación. A la cita también acudieron representantes de otras asociaciones profesionales de España que conocieron de primera mano las distintas opciones que proporciona la Comunidad gallega como destino.

Las jornadas, celebradas en el Hotel GH de Santiago, han llevado a cabo un programa centrado en los diferentes tipos de Turismo que desarrolla Galicia, como el rural, náutico, gastronómico, termal o deportivo, entre otros. No obstante, una de las sesiones del primer día se ha dedicado a la



Las jornadas de trabajo se centraron en la oferta turística de Galicia.

presentación oficial al Sector del Xacobeo 2010, a cargo del gerente de la S.A. de Gestión del Xacobeo, Ignacio Santos Cidrás.

Otra de las sesiones ha girado en torno a cómo vender Galicia, dirigida por la Gerente de TurGalicia, Carmen Pita. Asimismo, las jornadas han contado con la presencia de la secretaria general de Turismo, Carmen Pardo.

Los profesionales que asistieron a las jornadas pudieron comprobar *in situ* la oferta de Galicia como destino participando en distintas actividades. Así, han realizado un viaje hasta

Finisterre, diversas degustaciones gastronómicas, un recorrido del último tramo del Camino de Santiago y visitas a diversos centros turísticos como la Cidade da Cultura.

AGAVI, nació en el año 2007, y cuenta hoy en día con casi medio centenar de asociados. Entre sus principales objetivos figura el fomento de la coordinación de los profesionales del sector de las agencias de viajes en la Comunidad, representando y gestionando sus intereses con la finalidad de posicionar a Galicia como un referente turístico de primer orden.

¡ATENCIÓN!

AGENCIAS DE VIAJES

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

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

www.bestwestern.es/agencias

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

Mejores contenidos en Catai, pero sin reservas



Catai Tours mantiene la misma estructura en su nueva página en Internet, mejorando su información y añadiendo nuevas guías de viaje y un amplio conjunto de vídeos de calidad sobre destinos, pero sigue sin incluir la gestión de reservas.

Alojamiento de playa en Andalucía y en Canarias



La cadena Hoteles Elba presenta en su página una completa información de sus establecimientos de sol y playa en Canarias y Andalucía y un sencillo sistema de reservas para usuarios finales y agencias de viajes registradas en el sistema.

Vuelos al Golfo Persico en la 'website' de Qatar



Qatar Airways presenta en su web información sobre la compañía y sus vuelos desde el Golfo Pérsico hasta destinos en gran parte del mundo. Incluye un sencillo sistema de reservas que sólo es válido para clientes, estén o no registrados.

Nueva 'website' 2.0 de Comunidad Valenciana



La Comunidad Valenciana ha desarrollado una nueva versión de su página en la que ofrece una completa información sobre los temas relacionados con el Turismo regional, incluyendo una amplia información audiovisual y espacios interactivos.

Amadeus se estrena en Bolsa con una subida del 8,18%

Amadeus ha comenzado a cotizar en Bolsa, sacando al parque al menos el 25% de su capital. En su regreso al Mercado Continuo, cinco años después de su salida, el precio por acción ha sido de 11 euros. Amadeus cerró su jornada de debut en la Bolsa con una subida del 8,18%, que situó el precio de sus acciones en 11,90 euros. La compañía proveedora de tecnología para el Sector Turístico movió durante la sesión algo más de 41,14 millones de títulos, por un importe de más de 472 millones de euros.

La oferta de venta incluye 36,9 millones de acciones ordinarias con un valor nominal de 0,001 euros cada una, y su importe efectivo será de 910 millones de euros. Las entidades aseguradoras de la operación son Santander, BNP Paribas, HSBC y Merrill Lynch, y las colocadoras son Glodman Sachs, JP Morgan y Morgan Stanley.

Nace Factorocio, un turoperador especializado en Turismo rural y de naturaleza que 'permite las reservas online'

Para 2010 el objetivo será alcanzar los 6.500 establecimientos rurales en toda España

Factorocio es un nuevo turoperador especializado en Turismo rural y de naturaleza que "vende a través de las agencias de viajes, y permite

la reserva online", destaca su director general, Carlos Nieto. "Es un producto único y ha conseguido que las agencias de viajes y los alo-

jamientos rurales hablen el mismo idioma". En 2010 espera registrar unas ventas de 10 millones de euros con alrededor de 40.000 reservas.

"La cadena de comercialización del Turismo rural nació rota y la labor de Factorocio es repararla", subraya Nieto, destacando que "la clave está en que tanto los alojamientos como las empresas de servicios rurales, confíen en la cadena de distribución de las agencias". Nieto asegura que una de las principales novedades de Factorocio es que "vende a través de las agencias, y permite la reserva online de la oferta rural, naturaleza e interior".

El turoperador cuenta en la actualidad con 4.500 alojamientos rurales en el sistema, lo que representa un 50% de cuota del censo de este tipo de alojamientos en España, añade Nieto. De éstos, el 20% se encuentran ubicados en Andalucía, el 15% en Castilla y León, el 10% en Aragón, el 10% en Extremadura, el 5% en Galicia, el 5% en Asturias, el 5% en Cataluña y el 30% distribuidos en el resto de España.

"Nuestro objetivo para 2010 es alcanzar los 6.500 establecimientos rurales", asegura, explicando que entre sus metas para 2010 se encuentra "que las agencias ofrezcan el producto de Turismo rural a sus clientes". Igualmente, pretende complementar el sistema de alojamientos con una "gran oferta de 'paquetes' y servicios que estará operativa en este mes de mayo".

En cuanto a sus expectativas para este año, Nieto asegura que aunque en este momento ya trabajan con más de 7.500 agencias, "esperamos llegar a una cuota de participación de agencias estimada del 90%". Asimismo, subraya que "las ventas para este año serán de 10 millones de euros con aproximadamente 40.000 reservas".

Actualmente, Factorocio ha concretado acuerdos con diferentes destinos e instituciones públicas para la promoción y posicionamiento de los recursos turísticos de Turismo rural,



La 'web' permite la reserva 'online' a agencias y a particulares.

activo y de interior. Además, colabora con destinos, asociaciones empresariales y Ayuntamientos en la puesta en valor del Turismo rural en las redes de ventas: Proyecto NETUR Paso Transfronterizo, Arquitectura Negra de Guadalajara, Turismo de Salamanca y diferentes redes de de-

desarrollo rural. El objetivo del turoperador es establecer acuerdos con la mayor parte de las Comunidades autónomas y entidades comprometidas con el desarrollo y promoción del Turismo de interior "para dotar a este segmento de las oportunidades de comercialización que necesita".

Homeaway presenta su innovador 'portal' para el mercado español

La página 'web' oferta más de 475.000 propiedades en 120 países

Homeaway ha lanzado su nueva web para España, www.homeaway.es, un 'portal' "flexible, rápido, garantizado y sin gastos de gestión" que está enfocado al alquiler de casas de vacaciones, como ha explicado la presidenta de la compañía en Europa, Petra Friedman. Homeaway ha subrayado que el alquiler de casas de vacaciones "abara los costes para los turistas en más de un 50% frente a los hoteles" y aporta además una "mayor privacidad y más espacio físico".

La página web de alquiler vacacional ofrece más de 475.000 propiedades para alquilar en 120 países de todo el mundo —15.000 de ellas en España—, y "abre las puertas del Turismo mundial a los propietarios españoles que quieran alquilar su casa", gracias a su promoción activa en 'portales' de 13 países con 11 idiomas distintos, tal y como ha precisado Friedman.



Homeaway cuenta con 15.000 propiedades en España.

"España es, tras Estados Unidos y Francia, el tercer destino preferido por los viajeros de todo el mundo que buscan su alojamiento de vacaciones a través de este servicio", ha añadido la presidenta de la compañía en Euro-

pa. Además, Friedman ha destacado que la crisis "no ha hecho que los españoles se planteen dejar de salir de vacaciones", pero sí que busquen "alternativas" que les permitan "disfrutar, conocer sitios nuevos y ahorrar".



La compañía quiere concienciar de los beneficios de la movilidad eléctrica.

Nissan lanza un 'microsite' sobre movilidad eléctrica para Europa

Nissan ha lanzado para Europa un microsite educativo (www.electricty.com) con el objetivo de concienciar al público sobre los beneficios de la movilidad eléctrica, incluyendo conocimientos básicos sobre el vehículo eléctrico, su experiencia de conducción, su coste y los temas medioambientales relacionados. Este microsite es el primer paso de una campaña educativa desarrollada por la compañía para apoyar a sus socios gubernamentales a difundir el conocimiento sobre los vehículos eléctricos y sus ventajas.

Próximamente, la página estará enlazada con todas las webs de Nissan en Europa, además de con las de sus socios para el desarrollo de la movilidad de emisiones cero, incluyendo Portugal, Irlanda, One North East en el Reino Unido y el Principado de Mónaco. A través de este microsite y redes sociales, Nissan y sus socios del proyecto de emisiones cero esperan crear una fuente fiable de información sobre la movilidad eléctrica para todos aquellos ciudadanos europeos interesados en un futuro más limpio.

Most r a d o r

Corinthia Hotels ofrece una sala de reuniones gratis

Corinthia Hotels ha lanzado el programa 'Meet for Free' para el mercado MICE, por el que ofrece un espacio para reuniones completamente gratis para grupos de diez habitaciones o más, reservadas antes del 31 de diciembre 2010 y válida para las reuniones hasta finales de diciembre de 2011. Por cada 25 habitaciones pagadas el grupo recibirá una habitación estándar gratuita y un *upgrade a executive floor*, y al organizador de la reunión se le proporcionará un teléfono móvil, llamadas locales gratuitas y un despacho, entre otras cosas.

✉ www.corinthiahotels.com

Nobel tours distribuye un catálogo especial de Sudáfrica para disfrutar del Mundial de Fútbol

La mayorista ofrece 'paquetes' de cinco o diez días para conocer el país y acudir a los partidos

Nobel tours ha diseñado un catálogo especial de Sudáfrica, con 11 programas exclusivos que permiten visitar las ciudades más importantes del país y asistir a los partidos de la selección española en el Mundial de Fútbol.

El catálogo dispone de programas de entre 10 y cinco días. Destaca uno de 10 días de duración, del 14 al 23 de junio, que incluye la visita a Durban, Ciudad del Cabo y a Johannesburgo. El viaje comienza en Durban, donde tras disfrutar de la ciudad, el turista puede acudir al partido inaugural de nuestra selección de España contra la selección de Suiza el 16 de junio. Posteriormente se pasan dos días en Ciudad

del Cabo. El programa acaba en Johannesburgo, ciudad que acoge el siguiente partido que enfrentará el 21 de junio a la selección española con la de Honduras. Nobel tours dispone también de otro programa más corto, de 5 días, en el que se puede visitar solo Johannesburgo y presenciar el partido de España-Honduras o el de España-Chile en Pretoria, ciudad de la jacarandá.

✉ www.nobeltravels.es



Nobel tours propone conocer Durban, Ciudad del Cabo y Johannesburgo.

NH Dortmund crea 'paquete' para disfrutar de la capital de la cultura

La cadena cuenta con otros cuatro establecimientos en la región alemana

El Hotel NH Dortmund de Alemania ha presentado un 'paquete' de relax y cultura cuya disponibilidad coincide con la capitalidad de la Cultura de la cuenca del Ruhr durante este año.

La oferta incluye dos noches en una suite del NH Dortmund, desayuno buffet, entrada al casino de Hohensyburg y cesta de bienvenida, con un precio de 119 euros por persona. Además, NH Hoteles ha subrayado que la ciudad organizará diversos actos hasta finales de año, como la reconversión de la U, la Torre de la Destilería, en centro artístico, el Simposio sobre Arte Electrónico ISEA2010 en agosto y el Festival In-



NH Dortmund ofrece dos noches de hotel en su 'suite' y más servicios.

ternacional de Cine Femenino, que se celebrará del 14 al 18 de abril.

La compañía cuenta con otros cuatro hoteles en esta región alema-

na, el NH Oberhausen, NH City, NH City Nord y NH City Center, estos tres últimos en Dusseldorf.

✉ www.nh-hotels.es

Aero República presenta su nueva clase ejecutiva en vuelos internacionales

La compañía aérea colombiana Aero República ha presentado su nueva clase ejecutiva que sólo está disponible para sus rutas internacionales. Esta nueva clase garantiza mayor comodidad al viajar", según ha comunicado la aerolínea, gracias a sus sillas de cuero con mayor espacio y inclinación.

El nuevo servicio de la compañía aérea se basa "en estándares de calidad y seguridad" y se caracteriza por un servicio personalizado, menús con opciones calientes y una amplia selección de licores. Además, la aerolínea ha señalado que su compromiso "se enfoca en generar experiencias de servicio que impacten positivamente al cliente, a su familia, a sus negocios, a la región y en general al país, concen-



Aviones de Aero República.

trando sus esfuerzos en el compromiso, la puntualidad y la atención".

✉ www.aerorepublica.com

Portugal diseña ruta gastronómica a partir de la 'Estrella Michelin'

Hasta el 4 de junio se puede disfrutar de diferentes propuestas culinarias

Turismo de Portugal ha presentado por primera vez la Ruta de las Estrellas, una ruta gastronómica que recorrerá de norte a sur el país y que reúne a todos los restaurantes premiados con una estrella Michelin. Concretamente hasta el 4 de junio, los visitantes podrán saborear los menús degustación preparados por los chefs más reconocidos del país luso.

Esta iniciativa parte de la unión entre Lágrimas Hotels & Emotions, Porto Bay Hotels & Resorts, Vila Vita Parc, Fortaleza do Guincho y el restaurante Tavares, donde cada chef participante será el anfitrión de su restaurante duran-



La promoción es para reservas realizadas antes del 15 de junio.

Air Arabia lanza una nueva oferta para viajar a Casablanca

Air Arabia ha lanzado una nueva oferta que permitirá a los viajeros visitar Casablanca desde Barcelona, a partir de 28 euros por trayecto y con todo incluido (billetes y recargos). Las reservas deben realizarse antes del 15 de junio de 2010.

La oferta es para plazas limitadas y sujeta a disponibilidad. Como explican desde la aerolínea, "esta oferta reafirma el compromiso ofrecer la oportunidad de viajar con beneficios sin sacrificar el confort".

✉ www.airarabia.com



Coimbra es una de las ciudades lusas que ofrece estas rutas.

te dos días y estará acompañado por dos chefs invitados. Las ciudades donde se realizan estas rutas gastronómicas son Funchal,

Lisboa, Coimbra, Algarve y Cascais. Para cada una de ellas existen diferentes fechas.

✉ <http://rotadasestrelas.blogspot.com>

■ Club NEXOTUR

La mayorista Guama ofrece descuentos de hasta el 30%

La mayorista Guama lanza una promoción especial con rebajas del 30% sobre tarifa

oficial para los agentes de viajes miembros del Club NEXOTUR y sus acompañantes. Este descuento del

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 19**

turoperador es válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009/2010. Paramás información o realizar reservas con la mayorista puede llamar al siguiente número de teléfono: 91 782 37 87.

■ Fam Trip



Representantes de Mundo Mochila y Uniplayas han visitado Álava.

Álava muestra su oferta congresual

Alava Incoming, asociación empresarial de congresos y Turismo que agrupa a las principales empresas alavesas del sector, ha organizado un viaje de familiarización para las mayoristas Mundo Mochila y Uniplayas. Los profesionales turísticos de ambos turoperadores han conocido de primera mano los principales atractivos turísticos de la provincia de Álava.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 10 de mayo

Javier Vaquero, Viajes Britour, Santander; Pedro Fernández, Portugal Tours, Madrid; Bartolomé Frau, Viajes Mallorca Tours, Palma de Mallorca; Josefina Hernández, Viajes Molitur, Molina de Segura; Juan Carlos Rivera, Viajes Turoeste, Badajoz; José Rovira Barat, Pacific Travel, Valencia; Juani García Camacho, Viajes Halcón, Andujar; Olatz Arocena, Viajes Halcón, Urretxu; Clara García Jará, Viajes Alcampo, Utebo; Maria Guileras, Aladin Travel, Madrid.

8 11 de mayo

Reyes Marmol, Viajes Catedral, Sevilla; Miguel Rubio, Viajes Halcón, Zamora; Amparo Pola, Viajes Barco, Cangas de Morrazo; Francisco Penalva, Viajes La Mola, Novelda; Juan Luis Barneto, Viajes Aerosur, Huelva; Azucena Vejar Palomo, Viajes Hersan, Salamanca; Diego González Velasco, Rompiendo Barreras Travel, Móstoles.

8 12 de mayo

Raul Marco, Viajes Cai, Zaragoza; Pascal Mournet, Viajes Colen, Villalonga; Francisco Alvarez, Viajes Arcadia Tours, Málaga; Javier Jiménez, Viajes Fuentes, Sevilla; Benito Peinado, Viajes Pegasus, Madrid; Luis Gayet, Viajes Ultramar Express, Barcelona; Nerea Zarandona, Viajes Galea, Bilbao;

Martín Overdevest, Viajes Fresno, Albir-Alfaz del Pi; Ana Losada, Viajes Boga, Madrid; Luisa López, Viajes Halcón, Logroño; Alejandra Folgueiras, Viajes Abando, Madrid; Joaquín Oberg, Uafatours, Fuengirola.

8 13 de mayo

Lorena Del Val, Viajes El Corte Inglés, Irán; Roberto Marrero, Viajes Gabidia, La Laguna; Juan Sureda Font, Viajes Adra Mar, Palma de Mallorca; Fátima Escudero, Viajes Marsans, Huesca; Jose Antonio Nadales, Viacor Cordoba, Cordoba; Mónica Villa, Viajes Centeno, Oviedo; Ana Barriero, Viajes Efece, Villagarcía de Arosa; María Cardona, Viajes Resan, Cáceres; Ana Sobrino Santiso, Viajes Mundy-Boy, Palencia; Teresa Mayos, Avila Tours, Ávila; Katy Quesada, Viajes Halcón, Alcobendas.

8 14 de mayo

Nerea Uriarte, Viajes Ecuador, Murguía; Sandra Royo, Nicatours, Barcelona; Patricia Petit, Iberplan Viajes, Sant Feliú de Llobregat; Juan Andrés Melián García, Viajes Insular, Las Palmas de G. Canaria; Fina Serreta, Hoteles Forte y Meridien, Madrid; Alina Olano, Viajes Artuso, Madrid; Jesús Calleja Gil, Congress XXI, Madrid; Manuel Ramos Moliner, Viajes Barceló, Castellón;

Juan García García, L4 Viajes, Madrid; Cristina Pastor, Viajes Orange, Castellón; Manuel García, Airbus, A Coruña; César Soldevilla, Viajes El Corte Inglés, Madrid; Susana Jimeno, Viajes Nogara, Zaragoza; Marta Campeiro, Viajes Halcón, Cee.

8 15 de mayo

M. Rosario Morena, Galaxy Tours, Madrid; Clara Isabel Gómez Mora, Viajes Trenamar, Illescas; Ángel Martínez, Viajes Eurosun, El Arenal; Joan Carles Climent Delgado, Viajes Vincit, Barcelona; M^a Ángeles Cuñado, Viajes Nautilus, Madrid; Isidro Recio, Viajes Mascot, Torrejón de Ardoz; Maite Escuer Calvo, Viajes Ailanto, Zaragoza; M^a Teresa Esculer, Viajes Atlanto, Zaragoza; Raimond Cadena Bonet, Viatgi, Barcelona; M^a Beatriz Rodríguez Arrojo, Viajes Canoas, Santiago de Compostela; Antonio Veiga Vidal, Viajes Río, El Ferrol; Marga Subero, Viajes Halcón, Arrendó; Estefanía Diz Picos, Viajes Rai, La Coruña.

8 16 de mayo

Gemma Gordillo, Viajes Gestión 2000, Paterna; Aslbert Escofet, Viajes Calsina, Esparraguera; Esther Lasa, Viajes Garda, Irán; Encarnita Castillo Soto, Savitur, Málaga; José Haro, Viajes Guiatour, Talavera de la Reina.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Inserte ahora sus ofertas y demandas en Internet, en la web: www.nexotur.com

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración con AEDAVE y UNAV para la Comunidad de Madrid





La cadena quiere transmitir las ventajas de la reserva con antelación.

Magic Costa Blanca presenta 'Precio protegido' para las reservas anticipadas

Magic Costa Blanca ha lanzado su nueva promoción 'Precio protegido', que garantiza el precio mínimo en los hoteles para las reservas anticipadas, "aunque las tarifas sean más elevadas en la fecha seleccionada por el cliente". La cadena ha explicado que esta iniciativa se enmarca en los 'Compromisos Magic', entre los que destacan la transparencia en el precio final o la fórmula '24 Garantía de Satisfacción'.

Así, los clientes gozarán del "precio mínimo garantizado" para el servicio contratado tanto si sube como si baja la tarifa correspondiente con respecto a cuando se realizó la reserva. En caso de que en el momento de

disfrutar de la estancia en un establecimiento Magic hubieran bajados los precios, la cadena hotelera abonará la diferencia al cliente.

Al respecto, el vicepresidente de Magic Costa Blanca, Javier García, ha subrayado que, con esta iniciativa, la cadena quiere "fidelizar al cliente y transmitirle que, con una mayor planificación antes de las vacaciones, todo el mundo gana al contar con un servicio mejor planificado". "Los responsables de esta promoción quieren transmitir las ventajas de realizar las reservas con antelación frente a la creencia de que las ofertas de última hora son más ventajosas", concluye.

✉ www.hoteles-costablanca.com

Turismo de Tenerife ofrece actividades de conservación medioambiental

El TCB editará un decálogo sobre cómo organizar congresos sostenibles en la isla

Turismo de Tenerife, a través del Tenerife Convention Bureau (TCB), ha puesto en marcha los 'Programas de responsabilidad social corporativa'. Con

éstos, las empresas que organicen reuniones y viajes de incentivo en la isla podrán participar en actividades de conservación medioambiental.

"Con esta nueva iniciativa, estamos aportando valor añadido a nuestro destino en línea con nuestra apuesta por un Turismo sostenible, en el que podemos destacar las viviendas bioclimáticas del ITER o el proyecto Volcanes de Vida, entre otros", asegura el vicepresidente primero y consejero de Turismo del Cabildo, José Manuel Bermúdez. Igualmente, añade que a partir de ahora, "las empresas podrán optar por incluir la actividad de conservación medioambiental en el programa de su viaje como una más, bien por un día, por varios o incluso durante todos los días de su estancia en la isla".

Los fondos recaudados permitirán, a su vez, la financiación de las mismas. Junto a ello, TCB editará un decálogo sobre cómo organizar congresos sostenibles en la isla, en el que se incluirán recomendaciones sobre el uso de productos locales (vino, agua, comida), reciclado del material del que hagan uso (como papel), entre otras.



Actividad de conservación medioambiental.

Una de las iniciativas incluidas en el programa que se ofrece a las compañías nacionales e internacionales es la respaldada por la Asociación Océano Sostenible, que recupera la microrreserva marina de Adeje mediante la retirada del erizo de lima, que había afectado al equilibrio del ecosistema de la zona. "Esta experiencia posibilitará a los participantes descubrir, a través del buceo, las maravillas del entorno y colaborar

en la conservación e investigación", han explicado desde el TCB.

Otra de las actividades, realizada con la Oficina de Participación y Voluntariado Ambiental del Cabildo de Tenerife, contribuye a la conservación del medio natural. En ella, entre otras cosas se llevarán a cabo la retirada de residuos, recuperación de caminos, reforestación o erradicación de especies foráneas.

✉ www.tenerife.cb.com

Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

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

D./D^a:

Agencia:

Dirección:

Ciudad: Proy.:

C. Postal: CIF:

☎: (.....) Fax:

e-mail:

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

Firma:

Domiciliación Bancaria/Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico NEXOTUR.

Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco:

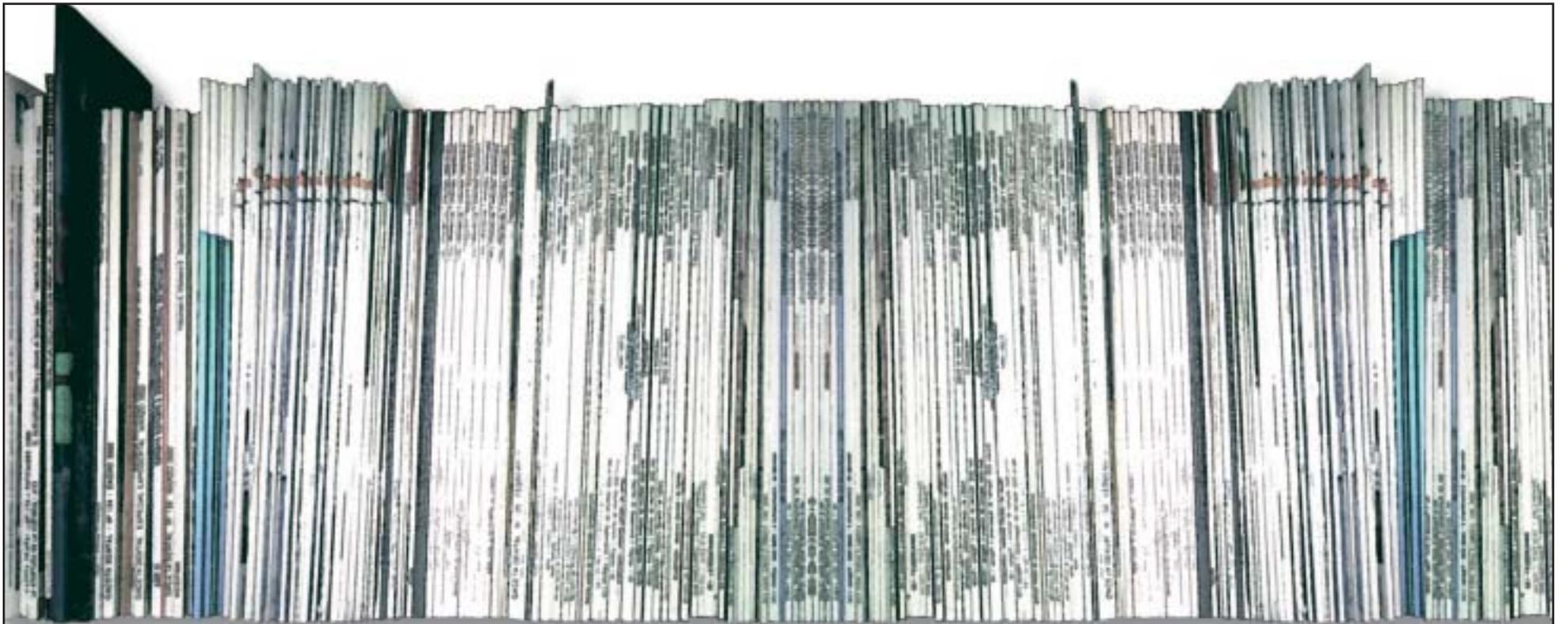
Titular:

CIF:

Firma:

✉ Enviar Boletín al Fax 91 369 18 39

* Precio y promoción sólo válidos para España



Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía. Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.
Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

club NEXOTUR

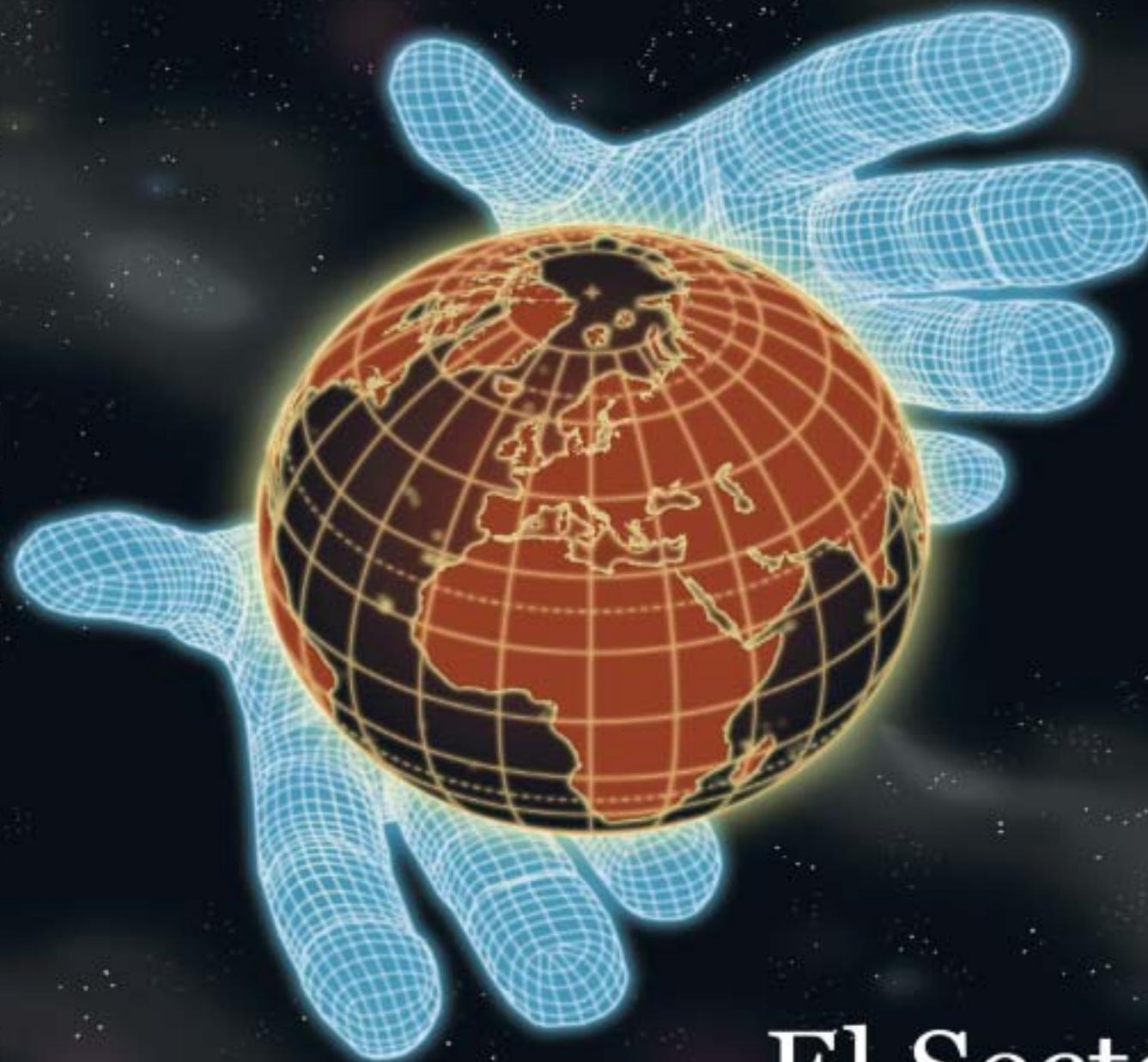


El Club NEXOTUR es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores,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

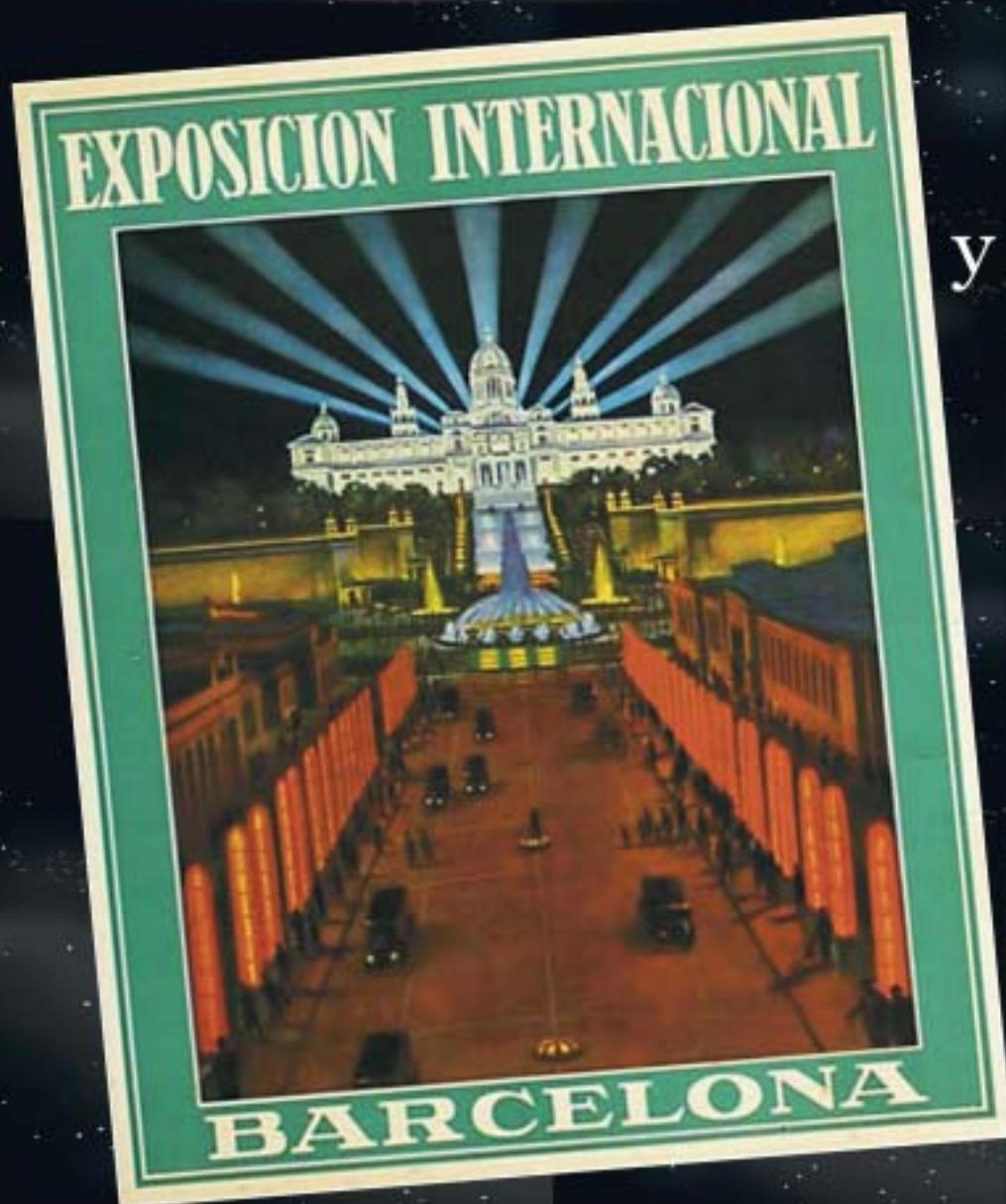
☎ 91 369 41 00
 📠 91 369 18 39
 club@nexotur.com
 Lope de Vega, 13
 28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 📠 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 📠 93 668 30 82
GUAMA	Descuento del 30% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 📠 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 📠 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 75% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	50% de descuento sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 📠 913 14 14 19
BEST WESTERN	50% de descuento sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo 2 habitaciones y tres días de estancia. Válido en hoteles españoles. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009		Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 📠 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HOTELES SIDI	70 euros/noche a Miembros del Club en H. Sidi San Juan. Alicante y H. Sidi Saler, Valencia.	Habitación doble en A.D..Excepto S.Santa y de junio a septiembre. No incluye IVA. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 96 516 13 00 📠 96 516 33 46
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 📠 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 📠 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 📠 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 📠 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	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



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en **Conexo.net**
Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

Hot el er ia

CEHAT pedirá una campaña 'extraordinaria y urgente' de promoción por las cancelaciones

La Confederación hotelera considera también necesario aplazar la subida del IVA al mes de octubre

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha anunciado que pretende solicitar a la Administración central,

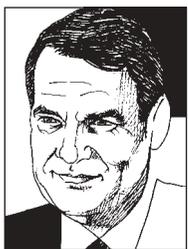
entre otras medidas, una campaña "extraordinaria y urgente" de promoción para paliar los efectos producidos por las cancelaciones de los

viajes, tras la erupción del volcán islandés el pasado 14 de abril. Muestra, además, su preocupación por el descenso de llegada de turistas.

CEHAT ha subrayado que las cancelaciones de vuelos provocadas por la erupción del volcán islandés Eyjafjalla han provocado "pérdidas significativas, todavía pendientes de cuantificar". En este sentido, ha mostrado, además, su "preocupación" por el descenso de las llegadas durante los días de cierre de aeropuertos y también por las cancelaciones que se hicieron efectivas y que "afectarán a la normalidad de los hoteles en las próximas semanas".

"Esta situación ha afectado, por un lado, a los turistas domésticos que cancelaron sus viajes vacacionales y profesionales —una situación que se ha corregido y normalizado de forma progresiva— y sobre todo a los turistas de otros mercados, que anularon las reservas previstas para esta semana e incluso para el resto del mes de abril y principios del mes de mayo", ha añadido la Confederación.

Por estas pérdidas, la CEHAT planteará una serie de medidas en-



Juan Molas

caminadas a "recuperar la normalidad en los próximos meses", que deberán ir encaminadas a "mantener las reservas efectuadas, recuperar para otras fechas los viajes suspendidos y garantizar la imagen y competitividad del Sector" en unos meses "estratégicos" para el Turismo y los hoteles de España.

La primera de ellas es poner en marcha una campaña de comunicación en el extranjero, "con el apoyo y la cobertura de las Oficinas Españolas de Turismo", que ayude a difundir en los principales mercados emisores la "buena gestión" que se ha hecho de la crisis en España y las "ventajas de nuestro destino".

En segundo lugar, la asociación presidida por Juan Molas pedirá una "campaña de choque" dirigida a todos los canales de intermediación para que aprecien la "ventaja" de ofrecer España a sus clientes por ser un destino "cercano, seguro y profesional". De la misma forma, CEHAT planteará un incremento "extraordinario" de promoción para conseguir que las



Reino Unido, nuestro principal emisor, ha cancelado numerosas reservas.

cancelaciones "se transformen en nuevos viajes que compensen las grandes pérdidas de viajeros". "Este presupuesto extraordinario se debería invertir incluso en destinos que no necesiten avión para sus desplazamientos", ha añadido.

En cuarto lugar, la Confederación también considera necesario retrasar el incremento del IVA hasta el mes de octubre, "teniendo en cuenta la imposibilidad de

repercutirlo a los turistas nacionales y extranjeros que han contratado servicios hoteleros donde el mencionado impuesto viene incluido en la tarifa acordada".

Por último, la Confederación solicitará que aplase el pago en las cuotas de la Seguridad Social de los meses de abril y mayo de 2010 para que las empresas hoteleras "dispongan de la liquidez que han perdido en este periodo".

El 40% de los hoteles cercanos a los aeropuertos suben los precios

España es el único país de Europa donde los precios de los hoteles cercanos a los aeropuertos han subido por las cancelaciones de vuelos, según Hotel.info. Así, el 40% de ellos ha incrementado las tarifas por el aumento de la demanda, mientras que el 60% las ha mantenido.

Hotel.info señala que estos establecimientos "se han visto colapsados", ya que desde la erupción del volcán islandés se efectuaron "numerosas reservas de última hora" de particulares, agencias y aerolíneas. Además, los viajeros que no pudieron volar a su país prolongaron sus estancias hoteleras. "Si bien es cierto que el índice de cancelaciones ha sido elevado, éstas se han compensado por las reservas de los viajeros que se han quedado atrapados en los aeropuertos", ha añadido el portal *online*.

En el resto de Europa los hoteles próximos a los principales aeropuertos han vivido una situación muy similar al caso español. En Italia se han prolongado las pernoctaciones y ha habido también una "avalancha" de nuevos huéspedes, mien-



El 60% mantiene los precios.

tras que en Francia las reservas de última hora se han concentrado, sobre todo, en las noches del sábado 17 y domingo 18 de abril.

Sin embargo, y pese a que la mayoría de hoteles próximos a los principales aeropuertos nacionales y europeos tuvieron un "efecto compensatorio" en sus reservas, según Hotel.info, el cierre del espacio aéreo ha perjudicado a muchos otros establecimientos que no han podido compensar las masivas cancelaciones. Es el caso de los hoteles que se encuentran alejados de los aeropuertos y los de ciudad que cuentan con clientes internacionales.

■ Producto

Best Western aumentó en 2009 su cartera con 275 establecimientos más

Best Western integró 275 hoteles independientes en 2009, la mayoría en Europa y Norteamérica, con 113 y 112 establecimientos respectivamente. La cadena ha considerado que se trata de una expansión "muy positiva" teniendo en cuenta la "ralentización económica". La empresa internacional ha señalado que su mayor crecimiento en Europa se produjo en Francia con 28 hoteles, "algunos tan significativos como el Opéra Diamonds en París".

Vincci Hoteles abre el primer establecimiento cinco estrellas de Málaga

Vincci Hoteles ha abierto el primer establecimiento de cinco estrellas de Málaga, en el que ha invertido 40 millones. La cadena ha señalado que, aunque la situación es "complicada", quiere tener "uno o dos establecimientos más" en Sevilla. Su presidente, Rufino Calero, ha destacado que la Comunidad autónoma tiene un "lugar prioritario" en la política de Vincci Hoteles y ha recordado que con esta apertura contará con un total de ocho hoteles en Andalucía.

Polaris World logra un acuerdo con la banca para vender parte de sus activos

Polaris World ha alcanzado un acuerdo con diferentes entidades financieras sobre la deuda de unos 100 millones de euros que soportan 15 sociedades filiales, lo que le permitirá evitar el concurso de acreedores y culminar su proceso de reestructuración financiera. La compañía ha explicado que el acuerdo implica la venta de activos a los bancos, reforzando de esta forma su situación de liquidez.

El consumo responsable del agua será el eje una campaña de Hoteles Center

Hoteles Center ha presentado una campaña para concienciar a los clientes sobre el consumo responsable de agua. Esta iniciativa responde a las conclusiones presentadas por la Organización de Naciones Unidas (ONU) sobre el desarrollo de recursos hídricos en el mundo. La cadena ha explicado que desde este mes se distribuirá un folleto informativo en cada habitación de sus hoteles y en la nueva página *web* de la cadena.



NH Hoteles es la primera de las tres cadenas en aparecer en el 'ranking'.

NH, AC Hoteles y Sol Meliá, de las 100 empresas con más reputación de España

NH Hoteles, en el puesto 35, AC Hoteles en el 53 y Sol Meliá en el 55 se encuentran entre las 100 empresas de nuestro país más reputadas, según el 'Monitor Empresarial de Reputación Corporativa 2010' (Merco), un índice que evalúa la reputación de las compañías españolas.

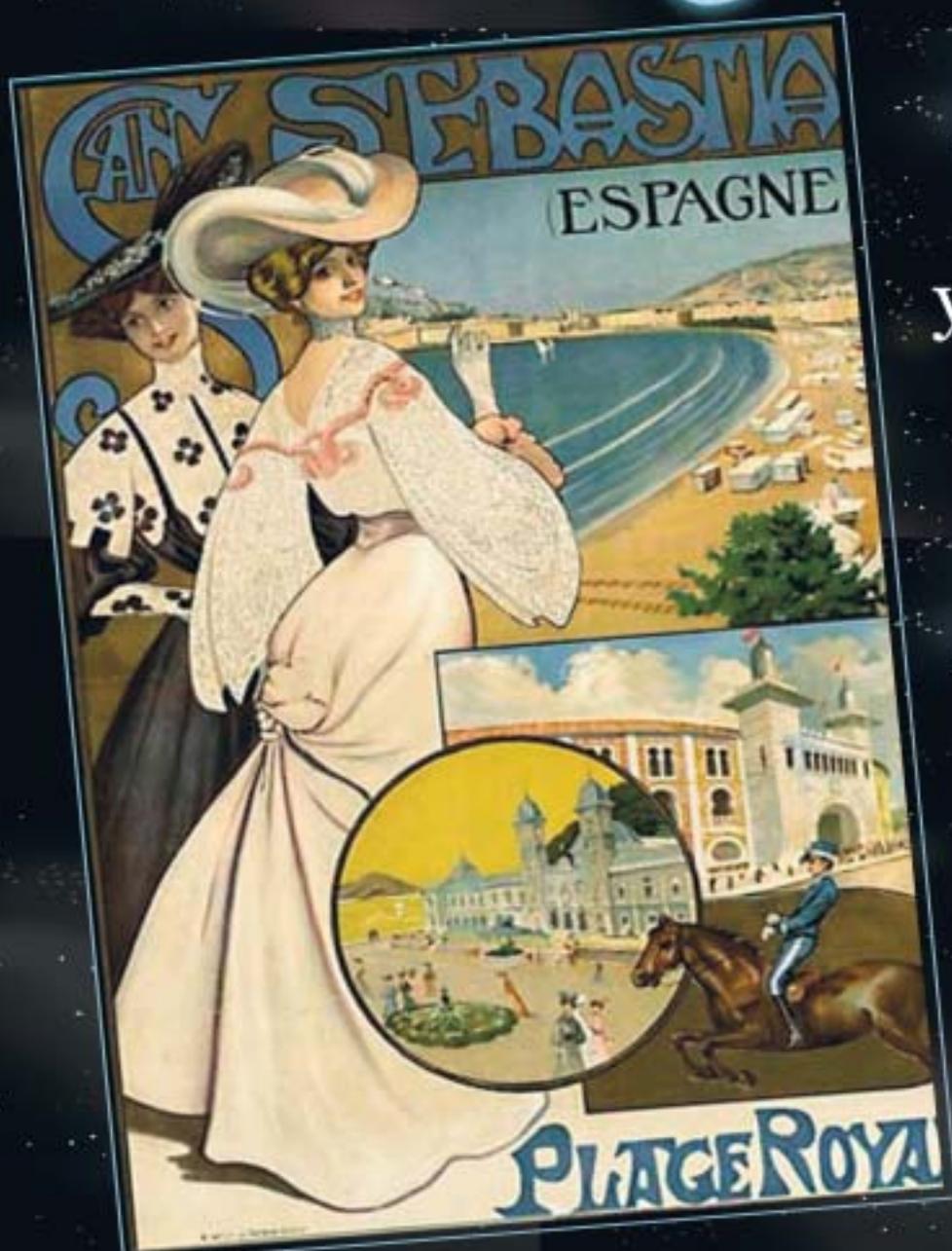
La compañía presidida por Gabriele Burgio es la primera de las hoteleras y ocupa el puesto 35 de la lista con 4.176 puntos, mientras que AC Hoteles se sitúa en la 53ª posición, con 3.772 puntos, y Sol Meliá, que con un total de 3.743 puntos se encuentra en el puesto 55 del *ranking*. Otras empresas del

sector turístico incluidas en la lista de empresas más reputadas son Renfe en el puesto 22, Iberia en el 66 y el grupo Globalia en el 87.

Además, el estudio incluye por primera vez un ranking sectorial específico del Sector de la Hostelería y el Turismo en el que, aparte de las tres cadenas hoteleras mencionadas anteriormente, también se incluyen este año empresas como el grupo Accor en la séptima posición, el turoperador TUI en la octava, la cadena pública Paradores en la novena o Barceló Hoteles, que cierra la lista en la décima posición.



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

Las pernoctaciones suben un 7,5% en marzo, mientras los precios siguen bajando por 16º mes consecutivo

Los hoteles de cuatro estrellas han sido los que han registrado una mayor caída de los precios, del 4,1%

Los establecimientos hoteleros españoles han registrado 16,8 millones de pernoctaciones durante el mes de marzo, lo que supone un 7,5% más que en el mismo periodo del año pasado. Por su parte, los precios han bajado un 3,3% y acumulan 16 meses consecutivos descensos, según los datos que ha proporcionado el Instituto Nacional de Estadística (INE). Canarias es un mes más la Comunidad con más pernoctaciones.

En marzo, las pernoctaciones en hoteles en España ha registrado un incremento del 7,5%, con una cifra de 16,8 millones. Para el INE, este dato positivo se ha dado debido tanto al comportamiento de los turistas españoles (+9,4%), como al de los extranjeros (+5,9%). En cuanto a la estancia media, este indicador ha crecido un 0,1% en marzo en su tasa interanual, con 2,9 pernoctaciones por viajero.

Además, el INE señala que los hoteles españoles han ingresado en el mes analizado 33,5 euros de media por habitación disponible —1,1 euros más que hace un año—, y han facturado 67,2 euros de media por habitación ocupada (-0,5 euros). Por su parte, el Índice de Precios Hoteleros ha bajado un 3,3% en marzo, 4,3 puntos más que en 2009.

Mientras que los precios han descendido en todas las categorías, los hoteles de cuatro estrellas son los más perjudicados con una caída del 4,1%, seguidos de los de cinco con un 3,1% menos y los de tres estrellas con una variación negativa el 2,8%.

Respecto a los principales mercados emisores, Alemania y el Reino Unido continúan liderando la lista con más de 4,4 millones de pernoctaciones en marzo. Los turistas alemanes pasaron un 2,2% más de noches en España, mientras que los británicos un 5,8% menos. A continuación, las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Italia y los Países Bajos han registrado una tasas interanuales del 4,2%, 6,9% y del 6,4%, respectivamente.



Canarias continúa liderando la lista de los destinos preferidos por los extranjeros.

El principal destino elegido por los no residentes ha sido Canarias, donde las pernoctaciones de los extranjeros han crecido el 5,6%, seguida de Cataluña y Andalucía. De la misma forma, el archipiélago canario ha sido el destino con mayor

grado de ocupación por plazas durante el mes de marzo (65,3%), por delante de Baleares (53,6%) y Madrid (48,9%). Los puntos turísticos con mayor número de pernoctaciones fueron Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana.

El Gobierno canario aprueba medidas para evitar que los hoteles presenten EREs

Martín niega que en las próximas semanas se registre una ocupación cero

El Gobierno de Canarias ha activado diversas medidas como el 'contrato alemán', para reducir la jornada laboral, con el objetivo de evitar Expedientes de

Regulación de Empleo (ERE) "colectivos" en los establecimientos hoteleros y apartamentos como consecuencia del cierre del espacio aéreo europeo.

La consejera de Turismo del archipiélago, Rita Martín, ha explicado que, para evitar EREs, se ha aprobado una bonificación de la Seguridad Social con una aportación de 30 millones de euros al presupuesto autonómico, así como el 'contrato alemán'. En este sentido, Martín ha manifestado que "no hay que ser tan drásticos" con la aplicación de EREs y ha descartado que se dé una ocupación cero en los hoteles y apartamentos, ya que han llegado "unos 146.000 turistas y se ha rescatado en torno a unos 167.000 pasajeros".

Por su parte, el presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo (FEHT) de Las Palmas, Fernando Fraile, ha rechazado también que se vayan a producir EREs, a pesar de que sugirió dicha medida, y ha subrayado que el Ejecutivo está promoviendo actuaciones para "ayudar a las empresas" y "facilitar todo tipo de pactos y acuerdos entre empresarios y trabajadores". "No se han definido las fórmulas, pero la Administración ha prometido ayudas a los complejos que no tienen ocupación y

que necesitan algún plan puente hasta que vuelvan a tener clientes en los meses estivales", ha añadido Fraile.

La consejera de Turismo se ha referido también a las peticiones que han hecho los empresarios solicitando más promoción y ha asegurado que "no hay que incidir en esta cuestión" porque "no ha habido ningún impacto negativo en la comunicación exterior". "Nuestros turistas han salido muy bien amparados porque se les ha realojado y han visto la situación con normalidad", ha precisado.

La Feria de Abril ha sido 'complicada' para los hoteleros sevillanos con un 70% de ocupación

En el periodo festivo se suele dar un porcentaje de ocupación de más del 80%

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia (Ahs) ha calificado el periodo festivo de la Feria de Abril como "muy complicada" para el sector, con una ocu-

pación media de los establecimientos "cercana al 70%". Los resultados, según la Ahs, son un claro exponente de la "situación generalizada de crisis".

El gerente de la asociación empresarial, Santiago Padilla, ha manifestado que, aunque no cuentan con datos cerrados, "todo hace pensar que la ocupación media se ha establecido en torno al 70%", un porcentaje que, principalmente, se ha debido a los problemas derivados de las cancelaciones de vuelos por la ceniza procedente del volcán islandés Eyjafjalla.

"Es verdad que en el mes de abril el comportamiento general ha sido bueno, pero en la Feria no se han cumplido los objetivos y en este pe-

riodo festivo ha habido resultados peores que en todo el mes", ha añadido Padilla. Las cancelaciones de los vuelos se han producido en un momento "estratégico" para el sector, el comienzo de una Feria en la que el "tampoco nos ha ayudado la meteorología", según el gerente de la Ahs.

Además, "se ha visto la situación de crisis que hay y el lastre que para todas las actividades, incluida el Turismo, supone esa cifra de 4,5 millones de parados", ha subrayado. Si esta situación no se corrige en un "pe-

riodo prudencial", la situación puede llegar a ser "delicada", teniendo en cuenta que "lo normal en este periodo es que los porcentajes estén por encima del 80%" y a unos precios que "no se han conseguido ni en sueños", ya que ha habido que sacar ofertas para incentivar la demanda.

Finalmente, Padilla ha aclarado que ni la Semana Santa ni la Feria son el eje de la actividad turística de la ciudad, pero sí son el "termómetro y la confirmación en lo que llevamos de año de las dificultades del sector turístico".

La cartera de Starwood Hotels crecerá un 60% en la India

Starwood Hotels & Resorts ha anunciado que abrirá 15 nuevos hoteles en la India en los próximos tres años, con lo que incrementará un 60% su presencia en el país. A día de hoy, la cuenta con una cartera de 26 establecimientos en este destino asiático. La compañía ha explicado que tres de los nuevos hoteles se abrirán a lo largo de este año y que seis de ellos pertenecerán a la marca Aloft.

Al respecto, el consejero delegado de Starwood Hotels & Resorts, Frits Van Paasschen, ha subrayado que esta expansión se debe, en gran parte, a la "relativa carencia de hoteles" de la India, donde pese a sus 1.000 millones de habitantes "sólo hay 100.000 habitaciones". "Como comparación, basta decir que Nueva York por sí sola cuenta con 80.000 estancias", ha añadido.

Igualmente, el consejero delegado de la cadena se ha referido a la comparación entre la India y China y ha manifestado que, aunque presentan "ciertas semejanzas", las comparaciones "pueden ser peligrosas". "El mundo creía que China era el lugar del futuro 20 años antes de que se produjera su verdadero despertar económico y creemos que pasa lo mismo en el caso de la India", ha precisado Van Paasschen. Por otro lado, el consejero de la compañía ha recordado que este país asiático cuenta con un mercado turístico internacional "relativamente poco desarrollado", aunque el aumento de las clases medias ha producido un "notable incremento" del Turismo interior.

Producto

Sol Meliá incorporará dos nuevos establecimientos en Frankfurt y Lisboa

Sol Meliá ha firmado la incorporación a su portafolio de dos nuevos hoteles de nueva construcción en Lisboa y Frankfurt. Los dos establecimientos operarán bajo la marca Tryp, abrirán en el 2013 y sumarán 330 habitaciones más a la cadena. Tryp Lisboa Aeropuerto será un hotel de cuatro estrellas junto al aeropuerto, de 168 habitaciones. Innside Frankfurt será un cuatro estrellas ubicado frente a la futura sede del Banco Central Europeo y contará con 162 habitaciones.

El Hotel Guadalmina de Marbella reabre sus puertas para la temporada alta

El Hotel Guadalmina de Marbella ha reabierto tras cuatro meses de inactividad por la temporada baja. El establecimiento cuenta con un nuevo director, Fernando Al-Farkh García, que implantará una "nueva estrategia global" basada en la "innovación en la comercialización". El hotel ha explicado que, tras las consecuencias de la crisis en el sector hotelero, apuesta por la inversión, la apertura indefinida "superando la estacionalidad", la potenciación del producto de golf y deportivo y la consolidación de la excelencia en el segmento de 'sol y playa'.

Worldhotels se encargará de la gestión del Fabian, en Helsinki en agosto

Worldhotels incorporará a su cartera en agosto el Hotel Fabian de cuatro estrellas en Helsinki, un establecimiento destinado tanto a los clientes de negocios como a los de ocio. La especialidad del hotel serán las habitaciones *loft* con "grandes ventanas" para disfrutar de las vistas de la ciudad. La cadena ha explicado que la próxima incorporación en Finlandia cuenta con 58 habitaciones, ocho de los cuales ofrecen alojamiento de estancia prolongada, por lo que están equipadas con su propia cocina.

Majestic Hotel & Spa Barcelona invertirá 20 millones en sus reformas

Majestic Hotel & Spa Barcelona comenzará el próximo junio un proceso de remodelación de sus habitaciones que contará con una inversión de 20 millones de euros. El objetivo es "dar respuesta a las nuevas necesidades de los huéspedes" y "mantener los elevados estándares de calidad". La intervención también servirá para aumentar la superficie de las habitaciones más pequeñas, con el fin de que ganen en amplitud y confort.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera

NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoHotel.com
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

CEHAT
HOTELERÍA ESPAÑOLA
PERIÓDICO MENSUAL (10 EDICIONES)

Noticias con Q de Calidad
NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD ORGANIZADORES CONGRESOS
MENSUAL (11 EDICIONES)

EL NOTICIEROPC
NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

destinoMadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIÓDICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICIÓN)

NEXO HOTEL
PROVEEDORES DE HOTEL
ANUARIO (1 EDICIÓN)

RANKING
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIÓDICOS ANUALES (4 EDICIONES)

PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIÓDICOS ANUALES (2 EDICIONES)

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

Turnexo
SALÓN PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALÓN DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

EXCELENCE
Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional

aipet
Placa al Merito Turístico del Estado Español

aipet
Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

GRUPO Nexo

Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados, fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCIÓN
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



GOLD&TIME
JOYERÍA Y GEMOLOGÍA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

NEXOTIME con **ALTA RELOJERÍA**
RELOJERÍA COMERCIAL Y ALTA GAMA
REVISTA BIMESTRAL (6 EDICIONES)

G&T-ECONOMÍA
PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER
DE JOYERÍA ESPAÑOLA
MENSUAL (10 EDICIONES)

JOYAS DE AUTOR
DISEÑO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

ART&VALUE
TASACIÓN DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

HORA DE MADRID
RELOJEROS DE MADRID
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Obra Nueva
ENSEÑANZA DE JOYERÍA
MENSUAL (11 EDICIONES)

Cronometría
RELOJEROS DE VALENCIA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

FORO
FORO ANUAL DE LA
RELOJERÍA ESPAÑOLA

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:
LOPE DE VEGA, 13, 28014 MADRID
TELF. 91 369 41 00 (20 LINEAS)

NEXO
editores s.a.

FAX: 91 369 18 39
EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG
WEB: WWW.NEXOTUR.COM

La página 'web' de Palafox Hoteles permite la reserva al cliente final

El 'sitio' en Internet de Palafox Hoteles presenta, con un cuidado diseño, las características de sus hoteles en Zaragoza y Cádiz, a la vez que ofrece, únicamente al cliente final, la posibilidad de gestionar sus reservas mediante un sistema estándar.



www.palafoxhoteles.com

Palafox Hoteles, empresa gestionada por Zaragoza Urbana S.A., que dispone de cinco hoteles en Zaragoza y otro en Cádiz, presenta una página bien diseñada en la que ofrece una completa información de sus establecimientos y sus servicios para reuniones. Además, incluye la posibilidad de gestionar reservas, pero únicamente para clientes finales, estén o no registrados. El sistema cuenta con un formulario para que las empresas puedan solicitar espacios para grupos y eventos. La página dispone de versiones en castellano, francés, inglés y alemán.

INFORMACIÓN

Seleccionando un hotel en la primera pantalla se accede a una información adecuada del hotel, su situación, habitaciones, servicios generales y específicos para reuniones, sus ofertas y un apartado interesante sobre sus características arquitectónicas.

RESERVA

Dispone de un sistema estándar de gestión de reservas en el que incluye la descripción del hotel y de las habitaciones disponibles. Se efectúa la reserva en cinco pasos, con pago mediante tarjeta, pero no contempla el acceso posterior ni dispone de un área de agencias.

GENERAL

Presenta en la primera página una reducida descripción de la cadena, con una sección especial dedicada a sus objetivos de calidad y protección medioambiental. En el área de empleo, enlaza con la página del Grupo Zaragoza Urbana SA, que gestiona la cadena.

▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una página bien diseñada, con fácil acceso a una información adecuada y a la gestión de reserva.

▼ Lo Peor / Utilidad

Su utilidad está limitada por su escasa cobertura y su carencia de un área para los profesionales de Turismo.

PALAFOX / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página que presenta Palafox Hoteles, aunque dedica su atención a las agencias para la organización de grupos y eventos con un formulario especial para solicitud de reserva, no dispone de ninguna funcionalidad para que puedan gestionar reservas de estancias.

6,9



Entrada / La primera pantalla presenta el acceso a los hoteles, a una galería multimedia, la reserva, promociones y noticias.



Producto / Ofrece una amplia descripción del hotel en varias pantallas, incluyendo sus características arquitectónicas.



Reserva / Dispone de un sistema de reservas estándar, de fácil uso, pero no válido para las agencias de viajes.

El 'portal' de SBA no contempla la reserva para las agencias de viajes

SBA Airlines presenta una sencilla página en Internet, en la que incluye alguna información sobre la compañía y sus servicios, así como un sencillo sistema de gestión de reservas, válido para el cliente final pero no disponible para las agencias de viajes.



www.sbaairlines.com

La línea aérea venezolana **SBA Airlines**, ha desarrollado una página en Internet de propósito limitado en la que ofrece alguna información sobre la compañía y sus servicios al viajero, así como sobre sus vuelos internos y desde Venezuela a Quito, Miami y algunos aeropuertos españoles. Además, permite al cliente final una sencilla gestión de reservas, pero que obliga a conocer sus fechas de operación y horarios por otros medios. La página, que no contempla el acceso posterior a la reserva ni el *check-in* electrónico, presenta únicamente versión en castellano.

INFORMACIÓN

Solo ofrece información de sus trayectos en un plano activo en el que pulsando un aeropuerto presenta las líneas con origen en él, pero no es posible consultar sus días de operación ni sus horarios. También dedica una pantalla a la información sobre su flota.

RESERVA

Su sistema de gestión de reservas permite una rápida gestión si se conocen los vuelos y fechas de operación de la compañía, de los que no informa en la página. Es válido únicamente para usuarios registrados y no contempla el acceso posterior a la reserva.

GENERAL

Ofrece información sobre la compañía y sus objetivos, incluyendo sus oficinas en diferentes países. También incluye una amplia sección de ayuda al viajero y proporciona el enlace con el sistema de fidelización Privilege, válido también para Aserca Airlines.

▲ Lo Mejor / Sencillez

Es una página de fácil uso si previamente se conocen los trayectos, fechas y horarios de la compañía.

▼ Lo Peor / Cobertura

Su cobertura es muy limitada y no contempla la gestión de reservas para los profesionales de Turismo.

SBA / 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	GESTIÓN ESPECÍFICA AGENCIAS									

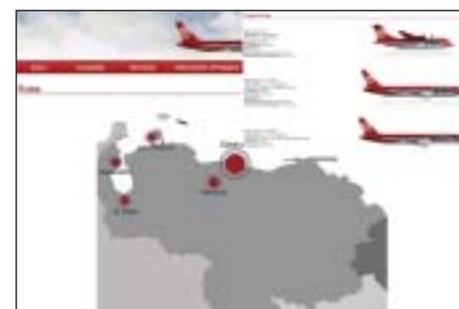
EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de SBA Airlines no ofrece interés a las agencias de viajes españolas, ya que además de su limitada oferta en España, no incluye información sobre sus fechas y horarios de operación, y tampoco permite gestionar reservas a los profesionales de Turismo.

5,4



Entrada / Incluye la primera pantalla de reservas, noticias, algunas ofertas y el acceso al resto de información.



Producto / Sólo informa de sus vuelos en un plano, sin información de horarios. También incluye información de su flota.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas (no válido para las agencias de viajes), con pago mediante tarjeta.

Transporte terrestre en la página de los Autocares Vda. de Cándido

Autocares Vda. de Cándido presenta, en una página de adecuado diseño, la información sobre sus servicios de transporte terrestre, que incluyen varias rutas regulares en Galicia y diversos servicios discrecionales a solicitar mediante un formulario.



www.vdacandido.com

El 'sitio' en Internet de **Autocares Vda. de Cándido** ofrece información sobre la empresa y las características de transporte por carretera, en los que incluye algunas rutas por Galicia y cualquier tipo de transporte discrecional. También facilita una amplia información de ayuda al viajero, formularios de solicitud de presupuesto y de empleo y un cuestionario de satisfacción del cliente. Por otro lado, la página, que dispone de un diseño amigable y de fácil acceso a todas sus áreas de información, presenta versiones en castellano, gallego e inglés.

INFORMACIÓN

Ofrece una amplia información sobre su flota y las características de cada tipo de vehículo. También informa sobre sus distintos servicios, que incluyen dos líneas regulares y excursiones, circuitos, eventos, congresos y transfer entre otros servicios discrecionales.

RESERVA

Solo informa de las tarifas de sus cuatro rutas regulares; sobre las condiciones de contratación del resto de sus servicios no incluye ninguna información. Para su contratación sólo ofrece un formulario para la solicitud de presupuestos y su teléfono y dirección de correo.

GENERAL

Presenta una adecuada información sobre la empresa y su historia. También incluye un área de ayuda al viajero en la que, además de una grabación de audio, incluye sus formas de contacto, condiciones de uso y un cuestionario sobre la satisfacción del cliente.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de presentación muy adecuada a las características de los servicios que ofrece la empresa.

▼ Lo Peor / Contratación

Ofrece una información muy limitada sobre las características y las tarifas de sus servicios discrecionales.

VDA. DE CANDIDO / Transporte

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Autocares Vda. de Cándido ofrece a las agencias que deseen organizar eventos en Galicia una información muy general sobre sus servicios de transporte discrecional en esa región, aunque para conocer sus condiciones de contratación sólo ofrece un formulario de solicitud.

5,6



Entrada / Presenta una descripción y la historia de la empresa y el acceso a todas las áreas de información de la página.



Producto / Ofrece información sobre su flota, sus servicios regulares, de los que incluye su itinerario y un folleto, y de otros servicios.



Reserva / En el área de reservas ofrece únicamente un formulario para la consulta o la solicitud de presupuestos.

El Turismo de Bilbao en el nuevo 'sitio online' de su Ayuntamiento

El Ayuntamiento de Bilbao incluye en su web una amplia área dedicada a cualquier tema de interés para un viajero en la ciudad. Incluye la descripción de los sitios a visitar, las cosas que hacer y la gestión de reservas de alojamientos y otros servicios.



www.bilbao.net/bilbaoturismo

El **Ayuntamiento de Bilbao** ha incluido dentro de su página oficial toda una sección dedicada a ofrecer información para los posibles visitantes de la ciudad. En ella incluye la descripción de sus principales atractivos y servicios turísticos, así como sus recomendaciones sobre las cosas a hacer en Bilbao, una central de reservas de alojamientos y un área dedicada a los profesionales de Turismo, en la que informa sobre la organización de congresos y otros eventos en la ciudad. La página presenta versiones en castellano, euskera, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Ofrece información sobre un amplio conjunto de temas de interés para un turista en Bilbao, seleccionando por tipo. Presenta una relación por tipo y una descripción limitada del seleccionado con muy poco apoyo gráfico y en algunos casos el enlace con su web.

RESERVA

Dispone de un sistema de reservas de alojamientos y otros servicios, al que se accede desde la primera pantalla o desde la descripción de los alojamientos. Su gestión es sencilla y rápida, aunque no incluye ninguna funcionalidad para los profesionales de Turismo.

GENERAL

También presenta información general sobre Bilbao, su historia y un conjunto de datos útiles para el viajero como oficinas de Turismo, tarjeta turística, planos, formas de acceso y un área dedicada al Turismo para profesionales y su Bilbao Convention Bureau.

▲ Lo Mejor / Diseño

La página dispone de un diseño adecuado y una estructura que facilita al usuario el acceso a todas sus áreas.

▼ Lo Peor / Información

Presenta un nivel de información reducido de cada tema, con descripciones limitadas y muy poco soporte gráfico.

BILBAO / 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 sobre Turismo del Ayuntamiento de Bilbao resulta de interés para los organizadores de eventos a los que ofrece un área específica, sin embargo, su sistema de reservas no contempla la posibilidad de gestión desde las agencias de viajes.

7,0



Entrada / Presenta, en tres áreas diferenciadas, el acceso a su información, las cosas que hacer y los servicios turísticos.



Producto / Ofrece relaciones de sitios a visitar por tipo, una descripción general y el enlace con la página del seleccionado.



Reserva / Desde su buscador de alojamientos permite acceder a una central de reservas, sólo válida para el cliente final.

Indicadores

EL PULSO

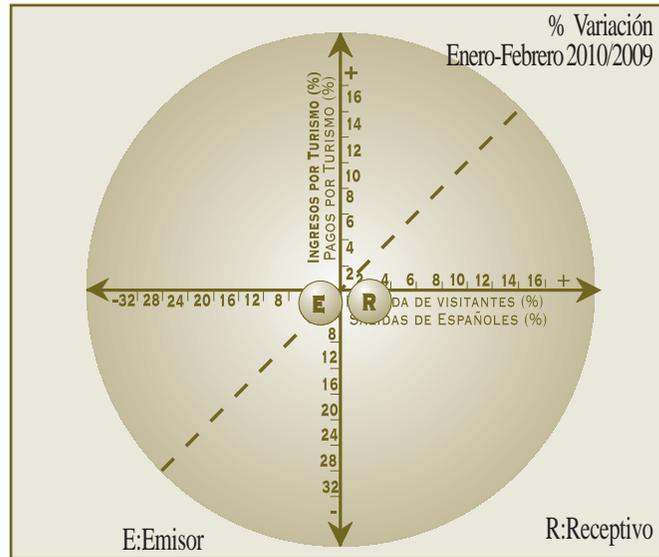
¿Brotos verdes, al fin?

FEBRERO TRAJÓ AL FIN una noticia realmente positiva. Los pagos por turismo en dicho mes, según el Banco de España, registraron un ligero incremento, después de más de un año de caídas continuadas. Cierto, sólo fue un 0,5% llegando a los 948 millones de euros frente a los 943 de febrero de 2009, pero lo importante es el cambio cualitativo, la 'inflexión' que suelen decir los especialistas, y que sucede a un largo periodo de ralentización que cambia de signo. Por supuesto que no hay que echar las campanas al vuelo y pensar que la crisis ha terminado. Ni mucho menos. Y buena prueba de ello es que los ingresos del Receptivo, aunque muy poco, siguen bajando con respecto a 2009, y de ellos depende gran parte de la economía española. Pero sí es un signo, no sólo de que la economía puede al fin estabilizarse (el famoso 'fondo') sino, sobre todo, de que la percepción de la misma comienza a cambiar. Y en el Sector, los aspectos subjetivos no es que sean importantes, es que son cruciales.



JOSÉ ARQUERO

SITUACIÓN RECEPTIVO Y EMISOR



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

LA EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS de los hoteles y otros alojamientos no está respondiendo al descenso de la demanda en la misma medida que otros segmentos, pues de hecho con los datos de marzo registran una baja anual de sólo el 0,1% y un crecimiento desde primeros de año del 1,1%. Puede haber algo de influencia de la semana Santa, a ca-

ballo entre marzo y abril, pero aún así se observa una mayor rigidez a la hora de ajustarse a la realidad del mercado que la mostrada, por ejemplo, por el transporte aéreo. Por otro lado, las ofertas de los hoteles se enfocan con frecuencia al público final y las reservas on line, por lo que sería necesaria una acción decidida en favor de la reserva a través de agencia.

El Índice NEXOTUR sobre Turismo Receptivo y Emisor (© Derechos Reservados) engloba tanto los movimientos reales de personas (entradas de visitantes y salidas de españoles), como las transferencias dinerarias realizadas por estos conceptos, expresándose ambos parámetros en términos de variación interanual, sobre el mismo periodo del ejercicio anterior. Los incrementos positivos se reflejan hacia arriba y la derecha en el caso del Receptivo y hacia abajo y a la izquierda en el Emisor. La situación de las esferas que los representan permite conocer no sólo su evolución absoluta, sino también la calidad del visitante extranjero, o español que sale, en función de los ingresos/pagos realizados per capita en cada caso. Este índice, basado en las fuentes citadas, es de elaboración propia de NEXOTUR, estando estrictamente prohibida su reproducción total o parcial y por cualquier medio, sin expresa autorización del Nexo Editores, S.A., empresa editora.

Guía NEXOTUR de Divisas del Mundo

PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio
AFGANISTAN	Afgani	61,20	DINAMARCA	Corona	7,44	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,13
ALBANIA	Lek	137,79	DJIBOUTI	Franco	233,69	LIBANO	Libra	1.995,80	RUSIA	Rublo	38,86
ANGOLA	Kwanza	124,30	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,59	LIBERIA	Dólar	92,08	SALOMON	Dólar	10,47
ANT. NEERL.	Guilder	2,38	ECUADOR	Dólar	33.241,30	LIBIA	Dinar	1,70	SAMOA OCC.	Tala	3,29
ANTIGUA	Caribe	3,59	EEUU	Dólar	1,33	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,59
ARABIA SAUDI	Rial	4,99	EGIPTO	Libra	7,39	MACAO	Pataca	10,63	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,59
ARGELIA	Dinar	97,62	EL SALVADOR	Colón	11,63	MACEDONIA	Denar	61,56	SANTA HELENA	Libra	0,87
ARGENTINA	Peso	5,17	ERITREA	Nakfa	19,94	MADAGASCAR	Ariary	2.725,78	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,59
ARMENIA	Dram	508,59	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,23	SAO TOME	Dobra	23.940,30
ARUBA	Florin	2,38	ETIOPIA	Birr	17,97	MALAWI	Kwacha	200,48	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,43	FIJI	Dólar Fiji	2,55	MALDIVAS	Rupia	17,02	SERBIA	Dinar	99,29
AZERBAIJAN	Manat	1,07	FILIPINAS	Peso	59,12	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	15,92
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,33	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,87	SIERRA LEONA	Leone	5.197,22
BAHRAIN	Dinar	0,50	GAMBIA	Dalasi	35,90	MARRUECOS	Dirham	11,16	SINGAPUR	Dólar	1,82
BANGLADESH	Taka	92,10	GEORGIA	Lari	2,35	MAURICIO	Rupia	40,92	SIRIA	Libra	61,43
BARBADOS	Dólar Barbados	2,66	GHANA	Cedi	1,88	MAURITANIA	Ouguiya	358,34	SOMALIA	Shilling	1.963,89
BELIZE	Dólar Belize	2,59	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,59	MEXICO	Peso	16,29	SRI LANKA	Rupia	151,51
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,33	MOLDAVIA	Leu	16,83	SUAZILANDIA	Lijangeni	9,78
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,33	GUATEMALA	Quetzal	10,67	MONGOLIA	Tugrik	1.823,62	SUDAFRICA	Rand	9,78
BHUTAN	Ngultrum	58,98	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	2,97
BIELORRUSIA	Rublo	3.938,42	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTERRAT	Dólar	3,59	SUECIA	Corona	9,64
BOLIVIA	Boliviano	9,33	GUINEA ECUAT.	Franco	6.681,50	MOZAMBIQUE	Metical	45,04	SUIZA	Franco	1,43
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	269,57	MYANMAR	Kyat	8,52	SURINAM	Dólar	3,65
BOTSWANA	Pula	9,04	HAITI	Gourde	52,85	NAMIBIA	Rand	9,78	TAILANDIA	Baht	43,02
BRASIL	Real	2,30	HONDURAS	Lempira	25,12	NAURU	Dólar	1,43	TAIWAN	Dólar	41,67
BRUNEI	Dólar Brunei	1,82	HONG-KONG	Dólar	10,32	NEPAL	Rupia	94,37	TAJIKISTAN	Somoni	5,81
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	267,74	NICARAGUA	Gold	28,16	TANZANIA	Shilling	1.842,23
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	58,98	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Rublo	1.635,60	INDONESIA	Rupia	11.985,50	NIGERIA	Naira	200,71	TONGA	Pa'anga	2,59
CABO VERDE	Escudo	107,90	IRAN	Rial	13.163,50	NORUEGA	Corona	7,85	TRINIDAD	Dólar	8,45
CAMBOYA	Rial	5.557,94	IRAQ	Dinar	1.549,11	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,82	TUNEZ	Dinar	1,90
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,09	OMAN	Rial	0,51	TURKMENISTAN	Manat	18.901,00
CANADA	Dólar Canada	1,35	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,33	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,33
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,33	PAKISTAN	Rupia	111,69	TURQUIA	Lira	1,97
CHILE	Peso	686,76	ISLANDIA	Corona	170,04	PANAMA	Balboa	1,33	TUVALU	Dólar Australiano	0,70
CHINA	Yuan (o)	9,08	ISRAEL	Shekel	4,94	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,66	U.E.A.	Dirham	4,88
COLOMBIA	Peso	2.594,61	JAMAICA	Dólar	117,64	PARAGUAY	Guaraní	6.275,95	UCRANIA	Hryvnia	10,53
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	125,00	PERU	Nuevo Sol	3,78	UGANDA	Shilling	2.821,52
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,94	POLONIA	Zloty	3,92	URUGUAY	Peso	25,60
CONGO (R.D.)	Franco	1.190,47	KAZAKHSTAN	Tenge	194,71	PUERTO RICO	Dólar USA	1,33	UZBEKISTAN	Sum	2.082,82
COREA NORTE	Won	1,73	KENYA	Shilling	102,58	QATAR	Rial	4,84	VANUATU	Vatu	132,39
COREA SUR	Won	1.473,72	KIRGUISISTAN	Som	60,16	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,71
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,43	R. DOMINICANA	Peso	48,90	VIETNAM	Dong	25.233,40
COSTA RICA	Colón	679,41	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,38	REINO UNIDO	Libra	0,87	YEMEN	Rial	299,56
CROACIA	Kuna	7,26	LAOS	Kip Pot Po	10.969,60	REP. CHECA	Corona	25,60	ZAMBIA	Kwacha	6.309,19
CUBA	Peso Cubano (o)	1,33	LESOTHO	Maluti	9,78	RUANDA	Franco	766,38	ZIMBABUE	Dólar	503,54

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

Principal es Indicadores Económicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentario
Ingresos por turismo	Enero-Febrero 2010	4.520M	-1,5% (anual)	Hacia la estabilización
Pagos por turismo	Enero-Febrero 2010	1.765M	-1,9% (anual)	Estabilidad cercana
Viajes de españoles	Enero-Marzo 2010	34,4M	-4,7% (anual)	Contención del descenso
IPC / Hoteles y alojamientos	Marzo 2010	101,502	-0,1% (anual)	Estancamiento de precios

3NOTAS: M: Millones de Euros. Fuentes: Banco de España, INE, IET, SECYT.

Previsión

Dólar USA

3.5.2010
1,332 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,390 \$/€
	6 Meses	1,387 \$/€
	12 Meses	1,323 \$/€

Yen Japonés

3.5.2010
125,810 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	124,494 ¥/€
	6 Meses	124,292 ¥/€
	12 Meses	124,121 ¥/€

Libra Esterlina

3.5.2010
0,870 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,871 £/€
	6 Meses	0,871 £/€
	12 Meses	0,870 £/€

Booking

NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00
✉ 91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588
AMBASSADOR TOURS Valencia, 231 1º BARCELONA	☎ 93-4827108 Fax 93-4827131
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ºB San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3º BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 3º MADRID	☎ 902020702
GUAMA SA Po. de la Habana, 28 MADRID	☎ 91-7823787 Fax: 91-5643918
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425 30 66 Fax 93.425.38 07

HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
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
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-320396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR Sor Angela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773

TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRASPATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp.ta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

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

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE ALQUILER CON Y SIN CONDUCTOR Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1ºD MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLON	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Compañías Aéreas

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

Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Americas, cc Americas PzL26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
CONFORTEL-HOTELS Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECNINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Frale, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELS 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 HOTELS 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
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

CONFORTEL-HOTELS 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. Adequarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En **Mesinero-Romanos Abogados** conocemos la Ley y sabemos como regularizar su situación. Tenemos amplia experiencia solucionando los problemas derivados de la legislación de protección de datos, en distintos tipos de empresas y sectores, así como asesorando sobre su correcta interpretación e implantación.

Una inversión mínima y a tiempo puede evitarle sanciones de hasta 600.000 euros.

¡NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN!

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

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1º MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816257
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 ☎ 91-3107215

Ferrocarril

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

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

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

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

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

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Tel: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745
E-mails: fetislam@yahoo.com, alarif_3@hotmail.com

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias buscan profesionales con amplia experiencia

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

■ **Turimagia.** Agencia de viajes. Madrid. Nueva agencia de viajes necesita agente para oficina en Madrid. Requisitos: experiencia demostrable como agente de viajes y buen trato al cliente. C.V.: info@turimagia.com.

■ **Posadas de España.** Hotel. Madrid. Representación comercial de la cadena en la zona centro y sur de Madrid. Requisitos: orientación al cliente, capacidad de trabajo en equipo bajo supervisión, capacidad de negociación, disponibilidad para viajar hasta un 50% de su tiempo, amplio conocimiento comercial de turoperadores, agencias y mercado de empresas. C.V.: rrhh@posadasdeespana.com.

■ **Top Ski Agencia de Viatges.** Agencia de viajes. Barcelona. Precisamos agente de viajes con experiencia en Amadeus y atención al cliente. C.V.: topreks@telefonica.net.

■ **Vacaciones y Bienestar.** Agencia de viajes. Valencia. Se necesita comercial para la zona de Levante. Su función será vender nuestros 'paquetes' turísticos. En este puesto de trabajo no existe un salario fijo, ya que el sueldo será en base a las comisiones sobre las ventas realizadas. El pago de alta como autónomo podrá ser negociable con la empresa según valía y experiencia del candidato. Requisitos: persona acostumbrada a trabajar

con objetivos, contrato mercantil y experiencia en venta de productos turísticos. C.V.: arturo.mil@vacacionesybienestar.com.

■ **Travelstore.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos personal para el *call center* de atención a empresas. Trato directo con clientes de la empresa. Reservas de vuelos, hoteles, alquiler de coches, billetes de tren, etc. Requisitos: nivel alto de inglés, diplomado en Turismo, experiencia de dos años y conocimientos del paquete Office y Amadeus. C.V.: asa@travelstore.es.

■ **Viatges Over Mandras.** Agencia de viajes. Barcelona. Buscamos persona de entre 23 y 35 años con ganas de trabajar y labrarse un futuro. Requisitos: manejo de Amadeus, Renfe y nuevas tecnologías, nivel básico de informática y se valorarán idiomas. C.V.: egarriga@viatgesmandras.com.

■ **Orixa Viatges.** Agencia de viajes. Madrid. Necesitamos agente con experiencia en el sistema de reservas Amadeus y con experiencia en crear viajes a medida a destinos de media o larga distancia. Disponibilidad inmediata. Requisitos: los candidatos que opten al puesto deberán aportar experiencia, conocimientos del Sector y venta de productos, conocimientos de destinos turísticos y nivel alto de inglés. C.V.: julian@orixa.com.

■ **Turismo Global.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos agente de viajes con experiencia demostrable y con conocimientos de Amadeus. C.V.: d4136@marsans.es.

■ **Belsan Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Se ofrecen prácticas en agencia de viajes minorista. Requisitos: ser estudiante en activo de Turismo o de algún ciclo formativo superior compatible con prácticas en agencias de viajes. También valoramos que el candidato tenga don de gentes e interés por trabajar. C.V.: trescantos@almeidaviajes.com.

■ **Traveloteca.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes *online* con más de 35 destinos en catálogo necesita un agente para desarrollar las labores propias del puesto: creación y trámites de reservas, atención al cliente, confección de documentación, elaboración de presupuestos, gestión de incidencias, etc. Requisitos: mínimo dos años de experiencia en el Sector. Imprescindible manejo de Office, soltura con GDS y se valorarán conocimientos de inglés. Buscamos gente motivada y con muchas ganas de seguir formándose. C.V.: cv@traveloteca.com.

■ **Marcen Viatges.** Agencia de viajes. Barcelona. Precisamos incorporar a nuestra agencia a una persona en prácticas para realizar las siguientes funciones: apoyo en la atención al público y en la venta de 'paquetes' vacacionales y emisión de billetes. Ofrecemos formación en prácticas en un entorno joven y dinámico. Posibilidad de incorporación a la plantilla. Requisitos: formación en Turismo y conocimientos de Front-Office, Retailer, reservas *online* a agencias mayoristas, aéreas, navieras y hoteles. C.V.: info@marcenviatges.com.

Agentes de viajes

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

■ **Agente de viajes.** 38 años. Madrid. rrr2@wanadoo.es. ☎ 660 21 52 34.

■ **Agente de viajes.** 27 años. Madrid. lpomarauria@gmail.com. ☎ 654 90 52 19.

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

■ **Agente de viajes.** 46 años. Madrid. minguezana@terra.es. ☎ 616 85 96 59.

■ **Agente de viajes.** 36 años. Valencia. crisbr@hotmail.com. ☎ 606 85 66 44.

■ **Agente de viajes.** 39 años. Madrid. concha domens@hotmail.com. ☎ 650 64 48 18.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. arcosilver@hotmail.com. ☎ 609 97 92 45.

■ **Agente de viajes.** 32 años. Mataró (Barcelona). mcajetaet@yahoo.es.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Madrid. natividadrodriguez2002@hotmail.com.

■ **Agente de viajes.** 38 años. Valencia. ileanaandone@yahoo.es. ☎ 656 93 30 81.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Madrid. debo rahmiron@hotmail.com. ☎ 678 55 86 54.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Más información de Catai

↑ **Catai** Tours, aunque mantiene la misma estructura en su página en Internet, ha mejorado su **información**, añadiendo nuevas guías de viaje y un amplio conjunto de vídeos de calidad sobre sus destinos, pero sigue sin incluir la gestión de reservas.

↑ Es **útil** por su amplia información sobre programas y destinos.

↓ Sigue sin disponer de ningún tipo de gestión de **reservas**.



<http://www.catai.es>

Seis hoteles en España

↑ La página que ofrece Intur Hoteles presenta, de una forma clara y de fácil navegación, la **información** sobre sus seis hoteles en España y la posibilidad, únicamente al cliente final, de efectuar sus reservas, aunque con dos formas diferentes de gestión.

⇒ Su **utilidad** mejoraría normalizando su gestión de reservas.

↓ Su gestión de **reservas** no está disponible para las agencias.



<http://www.intur.com>

Vuelos desde agencias

↑ La línea aérea Niki presenta una página sencilla pero bien diseñada, que ofrece a clientes y agencias la **información** sobre sus vuelos y los de sus asociados y un sistema de reservas de vuelos y de *rent a car* en los aeropuertos en los que opera.

↑ Es una página de **utilidad** para los clientes y agentes de viajes.

↑ Su gestión de **reservas** contempla la gestión desde agencias.



<http://www.flyniki.com>

Autocares desde Madrid

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

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

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



<http://www.autocares-hbv.com>

Turismo en Huesca

⇒ El Ayuntamiento de Huesca presenta una **web** sobre el Turismo en la ciudad y su entorno, que dispone de un diseño y una estructura adecuadas, pero con unos contenidos muy limitados, tanto en número de establecimientos como en su **información**.

⇒ Para ser de más **utilidad** debería ampliar su nivel de información.

↓ Para las **reservas** ofrece el enlace con la **web** de los hoteles.



<http://www.huescaturismo.com>

Eventos en Estepona

↓ El Palacio de Exposiciones y Congresos de Estepona presenta una página de propósito muy limitado en la que **informa** de forma muy general sobre el edificio, sus espacios y algunos de los servicios que ofrece a los organizadores de eventos.

↓ Por su escaso nivel de información resulta poco **útil**.

↓ No incluye sus tarifas ni gestión de **reservas**.



<http://www.palaciocongresosestepona.com>

LEGISLACIÓN**Resoluciones****Agencias de viajes**

✓ Resolución del Centro de Investigaciones Energéticas Mediambientales y Tecnológicas (CIEMAT), del Ministerio de Ciencia e Innovación, por la que se anuncia licitación por procedimiento abierto mediante varios criterios para el contrato administrativo especial de prestación de servicios de agencia de viajes para el CIEMAT desde el 1 de julio de 2010 al 30 de junio del ejercicio 2011.

✓ Resolución del Instituto Social de la Marina, Dirección Provincial de Cantabria, por la que se convoca procedimiento abierto para la licitación de los servicios de agencia de viajes para los traslados de personal del buque sanitario de salvamento y asistencia marítima 'Juan de la Cosa'.

✓ Resolución de 29 de marzo de 2010, de la Consejería de Cultura y Turismo de Galicia, sobre autorización de apertura de un nuevo establecimiento de la agencia de viajes Zafiro Tours en la calle Pastor Díaz número 9, Viveiro, Lugo.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS**La oferta turística de Las Palmas****Guía virtual turística y cultural de Las Palmas de Gran Canaria**

La Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria y Smartour han presentado la primera guía virtual turística y cultural de la ciudad para turistas de cruceros. Esta iniciativa está basada en contenidos audiovisuales con sistema de navegación GPS integrado y ofrecerá, en una primera fase, toda la información de la ciudad actualizada en diferentes idiomas mediante dispositivos digitales móviles.

De esta manera, el proyecto consiste en el desarrollo y comercialización de una guía turística interactiva mediante dispositivos digitales móviles. Los usuarios del servicio serán todos aquellos turistas de crucero que lleguen a Las Palmas de Gran Canaria, a quienes se les facilita un recorrido por la ciudad con una tecnología innovadora, ofreciendo información relevante y actualizada de más de 21 puntos de interés. Esta iniciativa ha nacido con vocación global, centrándose en un primer segmento de clientes, como es el colectivo de cruceristas que hacen escala en el Puerto de La Luz y de Las Palmas. Según informan

desde la Consejería, el servicio para cruceristas es pionero en España, y supondrá un valor añadido para los viajeros que deseen descubrir la ciudad de una manera diferente y muy especial. En una segunda fase se pretende que los turistas alojados en los hoteles de la ciudad también puedan disfrutar de esta guía.

El concejal de Turismo, Ricardo González, explica que con esta iniciativa se pretende "mejorar la atención a estos turistas, un segmento exigente en sus demandas y muy especializado, con el objetivo de consolidar la imagen de la ciudad como un destino de mar y culturas". "Para la ciudad es muy importante fidelizar a este tipo de visitantes que por su perfil de exigencia del producto, suele repetir en sus viajes de vacaciones". En este sentido, la oferta de la ciudad de nuevos servicios debe ser continua para mantener un producto atractivo y con un alto grado de competitividad", matiza González. Este servicio innovador de guía virtual contribuirá a potenciar los servicios de información y atención a este segmento turístico.

CURSOS**Cursos en el mes de julio****Cursos para la gestión de conocimiento en Turismo**

En el mes de julio se ponen en marcha los cursos de verano para la gestión de conocimiento en Turismo. Esta iniciativa, impulsada por instituciones europeas e hispanoamericanas vinculadas a la Organización Mundial del Turismo (OMT), permitirá a los alumnos profundizar en temas como el 'Desarrollo y Turismo: transferencia de conocimiento para la cooperación internacional', 'Política turística y gobernanza' y 'Turismo, ciencia e innovación'.

España, Portugal, Inglaterra y Perú son los escenarios donde se van a desarrollar estos primeros cursos, que tendrán dos semanas de duración con cambio de sede, para facilitar el aprendizaje práctico de los alumnos. Este proyecto ha unido a las Universidades de Surrey (Reino Unido), Algarbe (Portugal), San Martín de Porres (Perú), Antonio de Nebrija (España), CEU San Pablo (España) y La Laguna (España). Más información en www.tcampus.org.

CALENDARIO**Eventos en el mes de mayo**

● Del 17 al 19 de mayo, Oman Travel Market (Feria Internacional de Turismo del Sultanato de Omán), Muscat, Omán. Esta feria, que atrae cada año a agencias de viajes, cadenas hoteleras, líneas aéreas y demás proveedores turísticos, ofrece a los visitantes productos, servicios y tendencias relacionadas con el Turismo en Omán y en el resto del mundo. Para más información sobre este evento puede acceder a la siguiente página web: www.oite.com/otm.

● Del 24 al 25 de mayo, I Congreso Europeo del Turismo y la Gastronomía, Centro de Convenciones Norte de Ifema, Madrid. En el marco de los actos organizados con motivo de la presidencia española de la Unión Europea, el Instituto de Turismo de España (TurEspana), en colaboración con la Real Academia Española de Gastronomía, organiza el I Congreso Europeo del Turismo y la Gastronomía en Madrid. Para más información puede acceder a la siguiente página web: www.spain.info.

Especialistas en Agencias de Viajes



Asesoría Turística

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

Subvenciones

Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

NEXOTUR

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

SUBEN

Luis Mata



El presidente del grupo Globalia Corporación, Juan José Hidalgo, ha nombrado a Luis Mata nuevo director general de la mayorista Travelplan. Mata, que anteriormente ocupaba el cargo de subdirector general del turoperador, sustituye a José Duato.

José Luis Prieto



El presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, ha propuesto a diversas Organizaciones la creación de una plataforma de Asociaciones del Sector Turístico. "Tendríamos una fuerza magnífica ante la Administración", apunta.

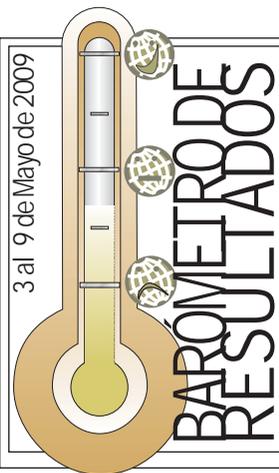
Fabiola Hernández



Transhotel ha nombrado a Fabiola Hernández regional manager de la zona México, Centroamérica y Caribe. La nueva responsable aporta más de 15 años de experiencia en distintos ámbitos del Sector Turístico y se centrará en explotar el potencial comercial.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / José Luis Méndez	3
Entrevista / Matilde Torres	4
Escaparate	6-14
Mostrador	15-17
Club	19
Hotelería	21-23
Evaluatnet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

La venta veraniega avanza muy lentamente

Las campañas de descuentos por venta anticipada no parecen acabar de cuajar, y el consumidor parece estar prefiriendo la espera a las de última hora, en la confianza de que conseguirá mejores condiciones, aún a riesgo de encontrarse sin sus destinos preferidos, cosa que ya empieza a ocurrir en algunos casos. Pero la intención de viajar parece estar por encima incluso de los destinos y si se obtiene mejor precio se va a donde sea. En conjunto, la actividad es, pues moderada, habiendo incluso retrocedido la «estrella» de meses anteriores, como fueron los cruceros y mostrándose muy apagados algunos productos típicos de la temporada como pueden ser los viajes de novios.



La caída de la demanda y la pérdida de rentabilidad, consecuencias directas de la crisis económica, sumadas a la saturación de un Sector de agencias que hasta 2008 creció de forma significativa, han provocado un drástico recorte tanto del número de empleados como de los puntos de venta en España. Según el presidente de la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (AGRUPA), José Luis Ramil, en 2009 podrían haber cerrado unos 1.800 puntos de venta, que al contar con "una o dos personas por sucursal", supusieron la pérdida de entre 4.000 y 5.000 empleos.

Mientras que parece difícil cuantificar el número de puntos de venta que han cerrado desde que comenzó la crisis económica, aunque buena parte del Sector corrobora la estimación del presidente de AGRUPA, en el caso del número de trabajadores, el Ministerio de Trabajo e Inmigración sí aporta unos datos que confirman la complicada situación que atraviesa. A pesar de que parece que en los últimos dos meses se revierte la tendencia negativa, la comparación entre el pasado mes de marzo, último analizado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), y el mismo periodo de 2008 —año en el que comenzó la crisis en el Sector—, demuestra el drástico recorte del personal ocupado.

En marzo, 54.098 empleados

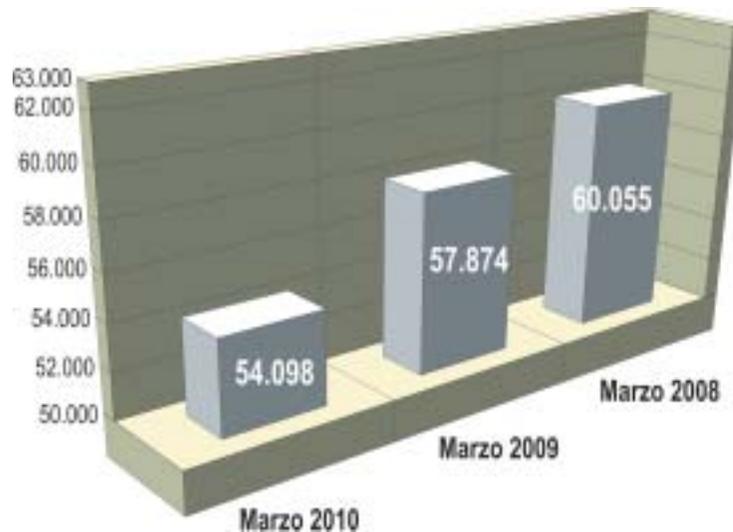
En concreto, en marzo de 2010, las agencias de viajes minoristas y turoperadores han contabilizado un total de 54.098 empleados. Aunque en este mes se han generado cerca

COYUNTURA

En dos años, 6.000 agentes menos

Aunque resulta complicado saber el número de agencias de viajes que han cerrado desde finales de 2008, las consecuencias de la crisis económica en el Sector sí son cuantificables en el número de empleados. En el pasado mes de marzo había 54.098 agentes con empleo, casi 6.000 menos que hace dos años. Sin embargo, cabe destacar que en los dos últimos meses analizados, febrero y marzo, se han registrado tímidas subidas.

Evolución empleo en agencias



Fuente: Ministerio de Trabajo e Inmigración.

© NEXOTUR

de 500 puestos de trabajo respecto a febrero, la diferencia con marzo de 2008 es de 5.957 trabajadores menos, experimentando de este modo una variación negativa del 10%.

Según los datos publicados por el IET, lo efectos de la crisis económica comenzaron a verse reflejados

en el Sector de agencias de viajes a partir de agosto de 2008. Tras alcanzar en julio un máximo histórico, sobrepasando los 63.000 agentes de viajes, en agosto, mes que se presupone de alta actividad, se registró un tímido descenso mensual del 0,7%. Esta variación nega-

tiva fue solamente un anticipo de lo que sucedería durante los meses posteriores. Aunque es corriente que tras la temporada alta disminuyan los puestos de trabajo, en 2008 se experimenta a partir de septiembre un drástico recorte, llegando a diciembre con 55.985 agentes de viajes afiliados a la Seguridad Social.

Sin embargo, desde diciembre de 2008 hasta julio de 2009, periodo en el que hubo altibajos, el número de trabajadores vuelve a crecer, alcanzando 59.295 empleados en agencias de viajes y turoperadores. Tras esta ligera recuperación, otra vez a partir del mes de agosto, el índice de personal ocupado en agencias de viajes encadena seis meses consecutivos de caídas, llegando a enero de 2010 con 53.298 empleados, 6.000 menos —un descenso del 10%— que en julio de 2009.

Después de esta severa contracción, tanto en febrero como en marzo los datos aportados por el IET suponen una ruptura con la tendencia negativa de los últimos seis meses. Aunque las variaciones registradas no llega en ninguno de los meses a alcanzar el 1%, los leves incrementos del 0,6% y 0,9% de febrero y marzo, respectivamente, podrían confirmar las expectativas optimistas de buena parte del Sector, que apunta que la recuperación ya ha comenzado. Si bien habrá que esperar a ver cómo evoluciona el empleo en los próximos meses, prestando especial atención al tramo agosto-diciembre, que en los dos últimos años es en el que más puestos de trabajo se han perdido, para conocer con exactitud la situación del Sector de agencias en España.



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del
Agente de Viajes

...y recíbelo
cada mañana
en tu email

