



MIGUEL SEBASTIÁN

Se reducen los presupuestos

PÁG. 7/El Ministerio reduce el presupuesto destinado al Turismo para 2011



GERARDO DÍAZ FERRÁN

Elecciones anticipadas

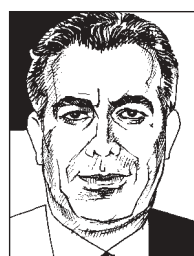
PÁG. 13/Gerardo Díaz Ferrán anticipa las elecciones a la presidencia de CEOE



ANTONIO VÁZQUEZ

Alianza trasatlántica

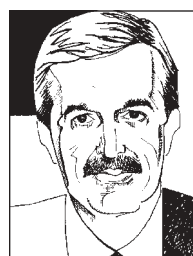
PÁG. 6/Ya está en marcha la alianza trasatlántica entre Iberia, British y American



ÁNGEL DE CABO

Demanda a Argentina

PÁG. 16/Posibilitum demanda a Argentina por la expropiación de Aerolíneas



MANUEL LÓPEZ COLMENAREJO

Subida de las tasas aéreas

PÁG. 9/Las aerolíneas rechazan la subida de las tasas aeroportuarias

Las agencias logran posponer el pago semanal del BSP-IATA

IATA quería imponer este nuevo sistema a partir de enero de 2011

En el último encuentro de la APJC las agencias han logrado retrasar a la próxima reunión en febrero de 2011 la intención de IATA de imponer el pago semanal del

BSP. Las compañías aéreas quieren un cambio de frecuencia para minimizar riesgos ante los casos de defaults, cuando los datos muestran que están descendiendo.



Agustín Lamana, presidente Ceus.

Un poder negociador frente a proveedores

Ceus aumentará "el poder negociador frente a proveedores por la fuerza conjunta de todos los miembros" subraya Lamana. **Pág. 4**

Tendencia alcista en la Balanza de julio

En la Balanza de julio, el emisor y el receptor mantienen su tendencia alcista, con crecimientos interanuales del 1% y 6%. **Pág. 6**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 25**

Como explica la presidenta de la APJC y vicepresidenta de FEAAY, Matilde Torres, "las medidas adoptadas en las últimas reuniones y el cambio de criterio local aplicado en abril demuestran que vamos por el buen camino". De ahí, que ambas partes hayan decidido posponer la decisión para el próximo encuentro en febrero. Los defaults han descendido en el úl-



Matilde Torres

timo año, por lo que Torres subraya que "la situación de riesgo ha cambiado y lo ha hecho para todos". Aún así, el director general de IATA España, Juan Carlos Odelé, considera que "sigue habiendo un número de impagos que muy parecido a 2009 y las aerolíneas están preocupadas".

☞ **Check-in en pág. 3**
☞ **Escaparate en pág. 5**

Ronda firma un Pacto por el Turismo consensuado

Todos los partidos políticos de Ronda han firmado un Pacto Local por el Turismo, "anteponiendo los intereses de la ciudad a los particulares", explica a NEXOTUR el teniente alcalde del Ayuntamiento y delegado de Turismo, Francisco Cañestro. De esta forma, "se establecerán unas líneas estratégicas generales para que, independientemente del partido que



Francisco Cañestro

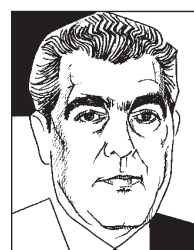
gobierno, se mantenga la política turística", matiza. Así, las fuerzas políticas se comprometen a "fortalecer la capacidad de acción institucional, impulsar proyectos, fomentar la calidad del destino e impulsar la cooperación turística a nivel regional y nacional con las principales instituciones públicas y privadas", concluye.

☞ **Escaparate en pág. 11**

FAAV denunciará a Renfe por poner 'viajes' en su 'web'

Hay que tener la licencia para usar la palabra

La Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV) quiere demandar a Renfe por "la utilización de la palabra viajes Renfeviajes.com pese a carecer de un título-licencia para operar como tal". Según explica el presidente de la Federación, Antonio Távora, "la legislación vigente en Andalucía sólo permite utilizar este término a las agencias acreditadas", por lo que afirma que "vamos a presentar una denuncia



Antonio Távora

por intrusismo y competencia desleal". Ya a principios de septiembre, FEAAY y AEDA-VE también anunciaron que están estudiando denunciar a Renfe por la web que lanzó en junio. Como explicaron entonces, consideran que "podría estar faltando a

la legalidad, tanto por competencia ilícita como por la utilización indebida de la imagen del Ministerio de Fomento en su publicidad".

☞ **Escaparate en pág. 9**

NexoBusiness analiza las claves del éxito de 2011

Un año más el Hotel Eurostars Madrid Tower acoge el Salón NexoBusiness 2010 el próximo jueves 14 de octubre. En esta

NexoBusiness
Inscríbese gratis ahora en nexobusiness.com

cita anual estarán presente entre los expositores una representación de destinos y Conventions Bureau, espacios para reuniones y eventos, organizadores profesionales de congresos, agencias, estable-

cimientos hoteleros, compañías de transporte o mayoristas. Paralelamente, se celebrará la VIII Convención Nexo-Busi-

ness, denominada 'Estrategias en 2010: Claves del éxito en 2011', y que analizará la actualidad del Sector. Para asistir sólo hay que inscribirse gratuitamente en la web del Salón. ☞ **Escaparate en pág. 06**



Llenamos el mundo de colores con nuestras nuevas rutas.

En Iberia creemos que lo más importante es llevar a sus clientes al lugar donde desean estar. Por eso a partir de ahora, podrá ofrecerles nuevas rutas a:

- Córdoba
- Panamá
- San Salvador
- Orán

Y gracias a la alianza **oneworld**, Iberia vuela a 900 destinos en 150 países. Porque sus clientes se merecen lo mejor.



■ CLAVES

Rebaja de categoría institucional (y II)

UNA DE LAS consecuencias más negativas de quitarle rango a la segunda industria del país será que a partir de ahora, el secretario general no tendrá acceso a las reuniones preparatorias del Consejo de Ministros, algo que sí tenía permitido el secretario de Estado.

El Turismo es en gran medida acciones transversales de las que depende directamente



☞ MARÍA SALOM

otros ministerios. Por ejemplo, el Turismo es muy sensible a la seguridad ciudadana, dependiente en gran parte, del Ministerio del Interior; o, también se da el caso de que la subida del IVA afecta directamente a la imagen de España en el exterior y depende directamente del Ministerio de Economía y Hacienda; o la subida de las tasas aeroportuarias, que depende del Ministerio de Fomento.

Así pues, no estar sentado en la mesa donde se discuten asuntos que tanto afectan al Sector Turístico es perder peso y oportunidades dentro de la política de este país.

Tras los cambios, el organigrama del Ministerio incluye tres secretarías de Estado, Comercio, Telecomunicaciones y Energía, pasando el Sector Turístico a ser la hermana pobre y fea del Ministerio.

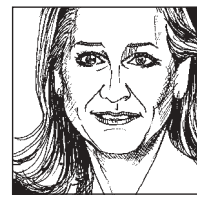
Esta medida nos extraña mucho y contrasta con un Gobierno de imagen y propaganda. El año pasado (aún con la temporada alta a mitad de camino) no les tembló el pulso al convocar un Consejo de Ministros específico para el Turismo, vacío de contenido, pero que les sirvió para sacarse la foto tan deseada en una de las zonas más turísticas de España, Palma de Mallorca. Esta, casualmente, está experimentando uno de los retrasos más escandalosos en la puesta en marcha del proyecto piloto de reconversión de la zona del Arenal.

Nosotros pensamos que este Gobierno no muestra ninguna sensibilidad con esta actuación, ya que en plena temporada turística quita rango político a un sector capaz de sacar al país de la crisis, máxime, cuando nuestros más directos competidores del arco Mediterráneo, aumentan el rango del Sector Turístico dentro de sus ejecutivos, mandando un mensaje inequívoco de apoyo al Sector.

☞ María Salom es portavoz de Turismo del Partido Popular en el Congreso de los Diputados.

E 'En esta temporada se ha observado también un cambio de hábitos en el Turismo de montaña, con reservas de última hora según la meteorología y una reducción de las estancias medias de siete días a tres, cuatro o cinco', explica la directora gerente de ATUDEM

TRIBUNA



☞ PALOMA GARCÍA

La nieve, la garantía del esfuerzo

TODOS, TANTO aficionados como profesionales del sector del esquí, firmaríamos temporadas de seis meses —como la registrada en el pasado 2008-2009 que pasará a nuestra historia nivológica como una de las más largas y con mayor precipitación—, que permitiesen a unos disfrutar de su afición preferida y a otros asegurar el negocio y costear sus inversiones, incluso cuando el resto de los factores estén totalmente en contra. Factores decisivos como es la alegría en el bolsillo del cliente, la facilidad del crédito o la financiación a las empresas se han hecho notar en el sector del esquí, como en cualquier otro Sector Turístico productivo de nuestro país.

En esta temporada se ha observado también un cambio de hábitos en el Turismo de montaña, con reservas de última hora en función de la meteorología y una reducción de las estancias medias de siete días a tres, cuatro o cinco días, aunque la frecuencia de estas visitas se ha comportado en línea con temporadas anteriores. Las estaciones de esquí españolas se han visto obligadas a realizar ajustes importantes en su oferta, existiendo otros factores que han servido para superarla o capearla sin demasiados daños o, al menos, sin la debacle de otros sectores.

De esta manera, las estaciones de esquí han cerrado la temporada 2009-2010 con un descenso del 17,63% en el número de visitantes con respecto a la temporada anterior, siendo un balance que puede calificarse de resultados correctos, en el que se ha contabilizado un total de 6.104.818 de visitantes.

Este dato puede calificarse de positivo, dado que el descenso se ha producido frente a un año histórico, como fue la temporada de 2008-2009. Mientras que si tomamos como referencia temporadas de igual duración, como fue la de hace dos años 2007-2008, se aprecia un crecimiento de cerca del 4,7% y de un 16,4% si nos remontamos a la temporada de 2006-2007.

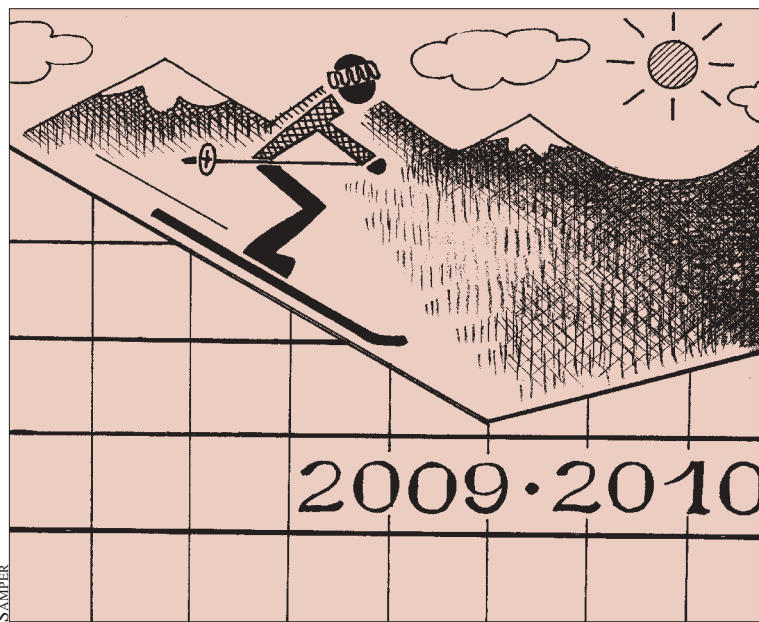
La temporada 2009-2010 dio comienzo el día 13 de noviembre de 2009 con la apertura al público de las estaciones de esquí catalanas de La Molina y Masella. Finalizó el día 2 de mayo de 2010 a cargo de la estación granadina de Sierra Nevada y de las de San Isidro y

Leitariegos, ambas situadas en la Cordillera Cantábrica.

España, país competitivo

A lo largo de la década, nuestro sector ha realizado una gran inversión

internacional— está sufriendo un durísimo golpe, que las estaciones de esquí españolas hayan sido uno de los pocos sectores que esté soportando la crisis con más o menos dignidad, es síntoma no sólo de que la lotería de la nieve nos ha



en la mejora y actualización de los servicios de las estaciones de esquí que supera los 700 millones de euros, siendo el apartado de remontes el que supone la mayor partida, lo que ha posicionado a España como un país competitivo en el sector

de la nieve frente a otros países europeos, tanto en infraestructuras como en servicios.

La industria de las estaciones de esquí genera alrededor de 7.000 puestos de trabajo directos y cerca de 50.000 empleos indirectos

en los valles en los que están ubicadas. De esta forma, podemos decir que se posicionan como el principal motor y generador de desarrollo de la economía de montaña.

Por otro lado, las estaciones de esquí españolas, en su fuerte apuesta por la competición, han acometido en esta temporada 2009-2010 importantes campeonatos de alto nivel, tanto de carácter internacional como nacional, en las modalidades de esquí alpino, snowboard y de fondo, posicionando a España en un lugar destacado frente al resto de países europeos.

Es decir, que en medio de una crisis económica de dimensiones casi desconocidas y que algunos consideran peor que la del 29, en la que toda la economía nacional —e

tocado este invierno, sino, sobre todo, que el sector está preparado para optimizar las temporadas en que la meteorología se muestra beneficiosa y también, mucho más importante, para superar de la mejor manera posible las malas rachas de escasez de nieve.

Inversión

El esfuerzo que se lleva haciendo año tras año para que las estaciones de esquí estén abiertas al público y poder ofrecer nieve cuando no la hay, es parecido al

esfuerzo que se está realizando cuando la abundancia de nieve se aprovecha para superar un momento crítico en todos ámbitos económicos existentes. La inversión en infraestructuras, la mejora del servicio y la atención al cliente es lo único que logra que un sector dependiente de algo tan fluctuante e imprevisible como es la nieve pueda, temporada tras temporada, mantener una cierta constancia en el número de visitas y de forfaits vendidos a pesar de los caprichos que pueda tener la naturaleza.

Apuesta por la calidad

El del esquí es un sector que se caracteriza también por su fuerte apuesta por la calidad de sus servi-

cios. Actualmente son 13 estaciones de esquí (casi el 50% del sector) las que ostentan la certificación de la Q de Calidad Turística otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), marca que cumple con una serie de requisitos cuyas características aportan prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados.

Poseer esta certificación otorgada por el ICTE demuestra el compromiso del establecimiento certificado por alcanzar la plena satisfacción del cliente, cubriendo las necesidades y superando sus expectativas, ofreciéndole un servicio excelente, siendo imprescindible superar unas pruebas de carácter objetivo establecidas en los reglamentos y normas, y cuya certificación comienza a ser reconocida a nivel nacional e internacional.

En último término, el esfuerzo desarrollado demuestra que no estamos al páiro de fuerzas externas como pueda ser la meteorología o la situación económica, aunque tampoco somos infalibles, pero la dirección de nuestro trabajo está clara: Hay que conseguir ser lo más competitivo, profesional y estar preparado para obtener el máximo provecho a las bonanzas y no sucumbir a los imponderables.

Por todo ello las estaciones de esquí españolas también permanecen abiertas durante la temporada de verano: El 80% del sector de esquí ofrece un atractivo programa de actividades donde practicar deportes de aventura, acuáticos, en pleno contacto con la naturaleza, una completa oferta para descubrir y disfrutar de la montaña en estos meses estivales.

De cara a la próxima temporada, las estaciones de esquí españolas ya han comenzado a emprender importantes trabajos de obras del terreno, instalaciones de nuevos remontes mecánicos de transporte de viajeros, mejoras en servicios de hostelería y otros, apostando de nuevo por garantizar un completo servicio, una buena y segura práctica del esquí, mimando la totalidad de su producto en su deseo de que el aficionado siga disfrutando de este apasionante deporte y otros se animen a descubrir el esquí y la belleza de la montaña.

☞ Paloma García es directora gerente de la Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (ATUDEM).

El 80% del sector de esquí ofrece un atractivo programa de actividades en la temporada de verano

Casi el 50% de las estaciones de esquí españolas ostentan la certificación de la Q de Calidad Turística

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero
Coordinadora General: Marga González

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

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

NEXO
editores s.a.

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

Director de Desarrollo y Finanzas: 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: Gloria Dávila

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 (Emplastro y Distribución)

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

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

© Copyright NEXO EDITORES SA y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

¿Alianza de Globalia con Orizonia?

ES MÁS QUE UN RUMOR. Las conversaciones entre Orizonia y Globalia, los dos mayores grupos del Sector Turístico en España (con permiso de Viajes El Corte Inglés), se han producido. Aunque sería poco ortodoxo calificarlas (aún) como negociaciones.

A nadie se le escapa la perentoria necesidad que Orizonia tiene, desde siempre, de dotarse de más fuerza de ventas propia. La frustrada compra de Viajes Marsans, que hoy es fácil de comprender (a la vista de la deteriorada situación que arrastraba la centenaria minorista), respondía a la necesidad de impulsar la venta de sus turoperadores. Una necesidad que actualmente sólo puede satisfacerse con la combinación de una gran red minorista (como Halcón Viajes Ecuador) y un posicionamiento privilegiado entre las

agencias independientes, agrupadas en torno a las dos macro alianzas de pequeñas minoristas (los Grupos AGC y Ceus).

Por otra parte, el auge de Travelplán en los últimos ejercicios (hasta alcanzar a Iberojet en facturación) se debe, además de a las sinergias con la red minorista de Hidalgo, al tándem formado por su anterior director general, José Duato, y el actual máximo ejecutivo, Luis Mata, bajo cuya excelente dirección comercial Travelplán logró su formidable cuota de mercado en la turoperación emisora española. Hoy, Duato es el director general de Orizonia y, desde su tan eficiente como pragmática gestión, no es descartable una alianza, que nunca ha sido rechazada por Pepe Hidalgo. Máxime ante la prolongada estancia de las sociedades de capital-riesgo Carlyle y Vista Capital, cuya vocación no es precisamente la permanencia como propietarios estables.

El objetivo de crear el mayor Grupo del Turismo en España, como paso previo para sacarla a Bolsa y obtener las ansiadas plusvalías, se vio frustrado por una crisis económica y financiera que ha impedido llevar a término una concentración que todavía sigue pendiente.

Tampoco la errática gestión del joven Gabriel Subías contribuyó a lograrlo. De hecho, sus desavenencias con los accionistas llegaron a ser *vox populi*.

Y si en el pasado el escollo para una alianza (llegó a hablarse de fusión) fue las compañías aérea y de *handling*, al tiempo prudente y audaz estrategia de Hidalgo (reduciendo riesgos, pero sin renunciar a la expansión en el Caribe e Iberoamérica), es hoy complementaria con la necesidad de vuelos para crear

producto mayorista hacia destinos en continua expansión.

Pese a la comprensible preocupación que genera en el Sector una concentración de estas dimensiones (que ha de obtener el plácet de Competencia), la tendencia hacia la consolidación en grandes grupos es imparable. Ahí están las aerolíneas, con Iberia absorbiendo Vueling y fusionándose con British como ejemplo paradigmático. O el crecimiento de las grandes cadenas hoteleras, con la compra de Tryp por Sol Meliá o la fusión de NH y Hesperia, por citar dos casos netamente domésticos. Sin olvidar a las grandes agencias, con *joint ventures* como la de American Express y Barceló, o de grupos grandes independientes, como los citados Ceus y AGC. Y, aunque se nieguen las conversaciones, haberlas, *haylas*.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La futurible alianza, e incluso potencial fusión, entre los grandes grupos Globalia y Orizonia, pese a no estar contrastada, es un tema recurrente entre los primeros espadas del Sector

▲ check-in / UNIDAD ASOCIATIVA

El BSP semanal, pospuesto

Las Asociaciones empresariales del Sector han vuelto a demostrar, una vez más, su eficacia en la defensa de los intereses comunes de los agentes de viajes. Con la decisión de retrasar la anunciada implantación en enero del pago semanal de la liquidación del billete aéreo, el Sector ha logrado *in extremis* un logro que parecía imposible. Y lo ha hecho desde la negociación, gracias a la unión de acción del Asociacionismo empresarial, y al magnífico trabajo liderado por la vicepresidenta de FEA AV, Matilde Torres, y los demás representantes del Sector ante IATA.

El argumento del incremento exponencial de los *defaults*, a causa de la grave crisis actual, ya no es tal. De hecho, de los 151 impagos registrados hasta julio de 2009 (con un importe de 59 millones de euros en el total del año, de los que 40 correspondían a Terminal A), en el mismo periodo de 2010 apenas se ha contabilizado un centenar (por importe de sólo ocho millones de euros, de los que cinco corresponden a Viajes Marsans). Un cambio de tendencia, que el Sector ha sabido hacer valer en la mesa de negociación con las aerolíneas.

Para las Asociaciones, la solución pasa porque las compañías aéreas locales (empezando por Iberia), que son las que más tráfico canalizan y mejor conocen a todos sus distribuidores, apliquen unos criterios de autoprotección y de control específicos, en lugar de imponer un *trágala* al conjunto del Sector.

Las reuniones de la APJC, cuya presidenta de turno es Matilde Torres, deben dejar de ser un medio de imponer al Sector las políticas comerciales de IATA, para convertirse en una verdadera mesa de diálogo, donde la empatía sea el denominador común.

★ personaje de la semana / Matilde Torres

La presidenta de la Comisión Mixta del Sector con las compañías aéreas (y vicepresidenta de FEA AV), Matilde Torres, representa el triunfo de la capacidad negociadora, para la defensa de los intereses de todos los agentes de viajes.



Aunque lo conseguido es "sólo" un aplazamiento, el talante y la eficacia del equipo que lidera Torres, es el mejor aval de la incuestionable importancia de nuestras Asociaciones, ante retos como el del pago semanal que pretende el BSP.

🔥 a chispa / Quique



▼ check-out / HUELGA GENERAL

Servicios mínimos en transportes

La convocatoria de una huelga general nunca es una buena noticia, por lo que conlleva de confrontación social y por las razones que la justifican. Aunque es un ejercicio democrático del que sociedades como la española debe sentirse legítimamente orgullosa, y más aún por la normalidad con que se desarrolló (descontada la oportunista actuación de los antisistema), el Turismo es una actividad particularmente vulnerable, que sigue sin ser tenido en cuenta como merece.

La regulación (y, sobre todo, el respeto) a los servicios mínimos ha de ser una prioridad para todos, empezando por los gobernantes que tienen la responsabilidad de hacerlos cumplir, y terminando por los trabajadores que ejercen su derecho a la huelga.

Y no tanto en una huelga general que, por definición, es un acontecimiento puntual y excepcional. España tiene una asignatura pendiente de primer orden en la regulación y el respeto a los servicios mínimos en el transporte. El Turismo no debe, aunque de hecho pueda, convertirse periódicamente en rehén de conflictos o de reivindicaciones laborales, por muy legítimas o fundamentadas que éstas sean.

Es altísimo el precio que paga España como destino cuando, un año sí y otro también, se utilizan los periodos vacacionales para convocar paros en los modos de transporte, o se hacen coincidir huelgas, declaradas o no, con las *operaciones salida*.

Las Organizaciones empresariales del Sector Turístico han reclamado, al igual que ya hicieron en el conflicto con los controladores aéreos, respeto hacia una actividad estratégica para nuestra economía y "de la que comemos todos". Aunque con escaso éxito.

El peso de cada uno de los representantes de los Grupos comerciales que integran Ceus es exactamente el mismo / La unidad entre Asociaciones es uno de mis mayores deseos y espero que pronto sea una realidad / La supervivencia de una agencia depende de varias variables, aunque, sin duda, la pertenencia a un Grupo puede ser una de las más importantes

«Uno de nuestros retos es competir con las grandes redes de agencias»

Agustín Lamana / Presidente de Ceus

El pasado 1 de octubre los Grupos comerciales de agencias de viajes Star, Europa Viajes, Unida y Cybas registraron Ceus como Agrupación de Interés Económico (AIE). Con esta unión comercial, los cuatro Grupos, que en su conjunto suman 1.200 puntos de venta, pretenden "ofrecer a las agencias las mejores armas para rentabilizar al máximo los recursos de que disponen". El presidente de Ceus, Agustín Lamana, repasa para NEXOTUR los retos de la recién creada agrupación.

P.- ¿Cuáles son sus principales objetivos al frente de Ceus?

R.- Entre los objetivos de Ceus quiero hacer especial hincapié en el aumento del poder negociador frente a proveedores, mejorando nuestra posición en el mercado y favoreciendo la rentabilidad de nuestras agencias afiliadas. También pretendemos ganar, gracias al volumen que representa, respeto, colaboración y presencia

El aumento del poder negociador mejorará la posición de nuestras agencias en el mercado

en todos los campos del Sector, así como competir con las grandes redes de agencias, no sólo en precios de venta, sino también con productos propios y exclusivos.

Otro de los retos es mejorar las herramientas de trabajo a través de sistemas informáticos y ampliar y potenciar nuestras páginas web, poniendo al alcance de nuestros asociados las herramientas comerciales necesarias para acceder al mercado online. Finalmente, también buscamos aprovechar sinergias que nos permitan aumentar los servicios que facilitamos a nuestros miembros, restringir el número de proveedores en

No tenemos inconveniente alguno a incorporar Grupos comerciales que compartan nuestra filosofía

busca de la mayor y más precisa colaboración, realizar cursos de formación y potenciar a Ceus como una gran red de agencias de viajes.

P.- ¿Cuáles serán los cargos que ocupan los representantes de los cuatro Grupos comerciales?

R.- La distribución de los cargos es la siguiente. Yo he sido designado presidente, mientras que la vicepresidencia la ocupará el presidente de Europa Viajes, José Luis Muñoz. Por su parte, el director general de Unida, José Luis Ramil, ha sido nombrado secretario y tesoroero y el representante de Cybas, Vicente García, vicesecretario.

P.- ¿Contarán los cuatro Grupos comerciales con el mismo peso en esta nueva agrupación?

R.- Los cargos elegidos en Ceus son un mero formalismo. El peso de cada uno de los representantes de los Grupos comerciales que lo integran es exactamente el mismo. Además, todas las decisiones se toman por mayoría simple entre sus

miembros. Si bien, hasta el momento, todas han sido tomadas por unanimidad. La relación, transparencia y colaboración está siendo extraordinaria en todos los sentidos.

P.- ¿Este factor puede ser beneficioso para las agencias de viajes?

R.- Naturalmente que sí. Teniendo en cuenta los principales objetivos que he citado, la mayoría van encaminados a mejorar la competitividad, los servicios, la rentabilidad, los productos exclusivos y los desarrollos tecnológicos de nuestras agencias de viajes. No podría ser de otra forma.

P.- ¿Por qué han decidido que cada Grupo comercial siga manteniendo su independencia?

R.- Al igual que respetamos la independencia de nuestra agencias, respetamos la de los Grupos comerciales que conforman Ceus. La adaptación a una nueva fórmula de unión requiere de algún tiempo y de ir acercando lo mucho que tenemos en común. De cualquier forma, nuestra independencia es muy relativa. Todos los componentes de Ceus asumimos unos compromisos comunes y un mismo camino en la mayoría de los planteamientos a seguir.

P.- ¿Prevén alguna incorporación? ¿Ha mostrado su interés algún otro Grupo comercial?

R.- No tenemos inconveniente alguno en incorporar a Grupos comerciales comunes a nosotros. Todo dependerá del interés que en cada momento surja tras la correspondiente solicitud de ingreso y de



la aceptación de las líneas de actuación aprobadas por Ceus.

P.- ¿Cuáles son las primeras acciones que van a desarrollar?

R.- Tras la constitución de una Agrupación de Interés Económico (AIE), que tuvo lugar el pasado 1 de octubre, trabajaremos para cumplir con los objetivos citados. Desde el mismo día de nuestra constitución, comenzamos una nueva etapa de negociación con proveedores, en las líneas marcadas de nuevas formas de colaboración y cooperación, de manera conjunta y bajo la nueva estructura de Ceus. Una vez cubier-

tos los primeros objetivos, entraremos en una segunda fase donde la identidad corporativa y otras nuevas fórmulas de unión, podrían ser las principales acciones a abordar.

P.- ¿Tienen previsto lanzar alguna herramienta tecnológica?

R.- Ya contamos con herramientas tecnológicas en los cuatro Grupos. Si bien estamos en un proceso de unificación que aprovechará lo mejor de cada uno, lo que redundará en mejoras hacia las agencias, tanto en el B2B (transacciones electrónicas entre empresas) como en el B2C (transacciones entre empresas y clientes).

‘Ganaremos respeto y presencia en el Sector’

ETras la constitución, de una Agrupación de Interés Económico (AIE), que tuvo lugar el pasado 1 de octubre, trabajaremos para cumplir con los objetivos marcados. Desde el mismo día de nuestra constitución, comenzamos una nueva etapa de negociación con proveedores, en las líneas marcadas de nue-

vas formas de colaboración y cooperación, de manera conjunta y bajo la nueva estructura de Ceus. También pretendemos ganar, gracias al volumen que representa, respeto, colaboración y presencia en todos los campos del Sector, así como compe-

tir con las grandes redes, no sólo en precios, sino con productos propios.



AGUSTÍN LAMANA

Una vez cubiertos los primeros objetivos, entraremos en una segunda fase donde la identidad corporativa y otras nuevas fórmulas de unión podrían ser las

principales acciones a abordar. En cuanto a las herramientas tecnológicas, estamos en un proceso de unificación que aprovechará lo mejor de cada uno, lo que redundará en mejoras hacia las agencias, tanto en el B2B como en el B2C, siendo esta última la que más esfuerzo nos va a requerir.

P.- ¿La unidad de estos cuatro Grupos servirá para que los proveedores les tengan más en cuenta?

R.- No cabe duda que la posición que alcanzamos con la unión comercial de los cuatro Grupos comerciales que integran Ceus es de un peso específico muy grande. Sin embargo, el respeto y la consideración comercial queremos ganárnoslo con actuaciones encaminadas a una mayor y más completa colaboración con nuestros proveedores, lo que, sin duda, hará que nuestros colaboradores se sientan más satisfechos y nos traten como nos corresponde.

P.- ¿Cree que con este acuerdo podrán competir con redes como Viajes El Corte Inglés o Halcón?

R.- Ese es uno de nuestros retos. No cabe duda que el poder comercial de las agencias que nombra es extraordinario. Por ello, entre otras cosas, nace Ceus. Contar con las condiciones y precios de los grandes, manteniendo el trato personal, profesional y humano con el que cuentan las pequeñas y medianas, será seguro un buen revulsivo para poder estar compitiendo con ellos.

P.- Los Grupos comerciales han dado un paso hacia la unificación para combatir la crisis y fortalecer a sus asociados. ¿Debería suceder lo mismo entre las Asociaciones de agencias?

R.- Ese es uno de mis mayores deseos y espero que pronto sea una realidad. Los cuatro Grupos comerciales que integran Ceus están en esa línea de apoyo desde los distintos cargos que ocupamos en las Asociaciones. De cualquier forma, éste es un asunto muy importante que nos atañe a todos y confío que la responsabilidad de cada uno de los que forman la gran familia del Turismo sirva para conseguir un objetivo tan necesario como éste, por encima de intereses personales.

P.- ¿Qué opina de las agencias de viajes que no están asociadas a ningún Grupo comercial?

R.- En primer lugar me merecen todo el respeto. Si bien considero que las ventajas de pertenecer a un Grupo comercial, sin perjudicar su independencia, son mayores que las que individualmente pudiera obtener. De ahí mi recomendación de entrar a formar parte de un Grupo comercial, sea éste el que sea.

P.- ¿Cree que es factible sobrevivir sin estar asociado a alguna de estas entidades?

R.- La supervivencia depende de varias variables, aunque, sin duda, la pertenencia a un Grupo puede ser una de las más importantes.

P.- ¿Son las agencias independientes las que más sufren la crisis?

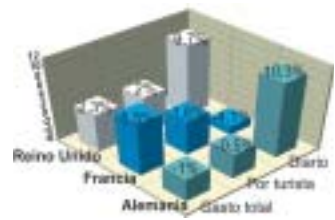
R.- No, rotundamente no. Esta crisis nos ha afectado a todos y, desgraciadamente, hemos visto caer tanto grandes como pequeñas o medianas agencias. Otra de las causas de nuestra unión es la de afrontar esta situación, en la seguridad de avanzar por el camino adecuado.

escaparate

Aumenta el gasto de los turistas de Reino Unido

Desde que se inició la crisis, el mercado británico ha sido el más afectado. En 2009, los turistas procedentes de este país gastaron un 18% menos. Sin embargo, en agosto el gasto ha crecido más de un 2%. **Pag. 32**

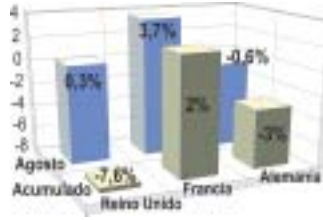
Gasto de turistas internacionales



España recibe un 4% más de turistas durante agosto

Siete millones de turistas han visitado España en agosto, un 4% más que en 2009. Este aumento responde a la buena marcha de Francia, Italia y Países Bajos, así como a la estabilidad de Reino Unido. **Pag. 15**

Evolución entrada de turistas



El emisor y el receptor siguen mejorando en julio

La Balanza de Pagos, elaborada por el Banco de España, muestra un aumento del 6% de los ingresos y del 1,3% de los pagos en el mes de julio. Turismo y viajes termina el mes con un saldo positivo del 8%. **Pag. 6**

Prontuario

Profesionalización del sector (I)

COMO TODOS SABEMOS, el Turismo de negocios y reuniones está considerado como el más rentable del Sector, dado el alto impacto económico que produce en las ciudades anfitrionas. Colabora de forma eficaz en la diversificación de la oferta turística y en la desestacionalización del sector; ayuda a reducir la saturación en ciertos meses y mantiene la ocupación en niveles altos durante todo el año, al ser complementario del Turismo vacacional.



PILAR TORMO

La denominación de la actividad de los profesionales del sector ha ido evolucionando desde el protocolo y la organización de congresos hasta la más moderna acepción, adecuada al mercado, de 'gestión integral de eventos' que, al ser una profesión emergente, que hasta hace unos años sólo se podía aprender mediante la práctica, y que en la actualidad, la necesidad de adecuación a las cada vez más exigentes necesidades del mercado, han hecho plantearse la necesidad de estudios de máster, postgrados y títulos propios en diferentes universidades españolas, cuya realización debiera ser preceptiva para todos aquellos que deseen dedicarse a organizar eventos.

La crisis impone cambios y acelera procesos, el de la profesionalización y formación reglada de los organizadores de eventos y congresos ya es urgente. En una jornada a la que asistí recientemente, me llamaron poderosamente la atención dos cuestiones: la exigencia a los anfitriones por parte de una asociación y de una institución locales, de participar como invitados de honor, esgrimiendo el argumento de que tenían más derecho a ser protagonistas que los invitados por el organizador.

☞ Pilar Tormo es directora de TurEvent.

Las agencias no deberán liquidar semanalmente el BSP a partir de enero, tal y como pretendía IATA

Aerolíneas y agencias se reunirán en febrero para ver la efectividad de los criterios aplicados en abril

Siguen las posturas enfrentadas. Pese a haberse reducido el número de defaults hasta julio, pasando de 151 en 2009 a 101 en el presente ejercicio, las aerolíneas continúan abogan-

do por un pago semanal del BSP. Sin embargo, ambas partes han acordado reunirse en febrero de 2011 para comprobar la influencia de los nuevos criterios introducidos durante el mes

de abril. Según la vicepresidenta de FEA AV y presidenta de la APJC, Matilde Torres, estos cambios "serán determinantes para reducir el riesgo" de las compañías aéreas.

Aunque sigue sin haber acuerdo entre agencias y aerolíneas sobre la frecuencia en el pago del BSP, las primeras han logrado posponer un posible cambio hasta el 3 de febrero de 2011, día en el que volverán a reunirse. Durante la APJC celebrada en la sede madrileña de IATA, compañías aéreas y agencias han vuelto a debatir sobre posibles fórmulas para reducir los impagos.

Las aerolíneas siguen defendiendo una liquidación semanal para minimizar riesgos, fórmula que pretendían imponer a partir de enero de 2011. No obstante, al igual que en las reuniones anteriores, las agencias han vuelto a rechazar esta propuesta, mostrándose convencidas de que "los cambios del criterio local aplicados en abril serán determinantes para reducir el riesgo".

Menos impagos que en 2009

La vicepresidenta de FEA AV y presidenta de la APJC, Matilde Torres, apunta que el número de defaults registrados hasta julio ha pasado de 151 en 2009 a 101 en el presente año. En cuanto a la cuantía de los



Las agencias consideran que los cambios aplicados en abril serán suficientes.

El número de 'defaults' hasta el mes de julio pasa de 151 a 101

En los siete primeros meses de 2010 las aerolíneas han contabilizado 101 defaults, 50 menos que en el mismo periodo del año anterior. En cuanto al importe, en el acumulado de 2009 se rozó la cifra de 59 millones de euros, de los cuales 40 correspondían a Terminal A. Mientras tanto, has-

ta julio de 2010 el importe de los impagos asciende a ocho millones, cinco de ellos de Marsans. De los citados impagos, en 2009 las compañías aéreas recuperaron 1,3 millones de euros, mientras que en los siete primeros meses del presente ejercicio han conseguido 420.000 euros.

impagos, en 2009 se rozó la cifra de 59 millones de euros, de los cuales aproximadamente 40 millones correspondían a la agencia de viajes online Terminal A. Mientras tanto, en los siete primeros meses de 2010 el importe de los defaults asciende a ocho millones de euros, cinco de ellos por el impago de las agencias de viajes del Grupo Marsans. En referencia a estos datos, la vicepresidenta de FEA AV destaca que "las medidas adoptadas en las últimas reuniones y el cambio de criterio local aplicado en abril demuestran que vamos por el buen camino".

En declaraciones previas a la reunión, el director general de IATA España, Juan Carlos Odelé, explicaba a NEXOTUR que "si hablamos de dinero, podemos confirmar que hay menos defaults que el año pasado, ya que hemos conseguido minimizar los casos de fraudes intencionados". Sin embargo, pese a esta notable mejora, Odelé reconoce que "sigue habiendo un número de impagos muy parecido al del ejercicio anterior", destacando, además, que las compañías aéreas "están muy preocupadas".

Torres: 'Es inaceptable que IATA aplique una liquidación semanal'

"No se puede aceptar que por pertenecer a IATA, que puede ejercer todo tipo de presión, se imponga el pago semanal para eliminar el riesgo", denuncia la vicepresidenta de FEA AV. Así lo afirma la vicepresidenta de FEA AV, Matilde Torres, quien destaca



Matilde Torres

que "es importante considerar que los mayores impagos de los últimos años se deben a agencias

online y fraudes, además del impago de las agencias del Grupo Marsans, cuyo estado era lo suficientemente evidente como para determinar cada aerolínea el riesgo que estaba dispuesta a asumir". En esta línea, Torres reconoce que "la situación de riesgo ha cambiado en el actual entorno económico", pero puntualiza que "lo ha hecho para todos".

Odelé: 'Nuestro gran objetivo es proteger la credibilidad del BSP'

El director general de IATA España, Juan Carlos Odelé, señala que "es importante entender que nuestro objetivo es proteger la integridad y credibilidad del BSP". "Un número elevado de defaults como el que estamos sufriendo desde hace casi dos años perjudica mucho al sistema y a su credibilidad", añade. Sin embargo, Odelé recuerda que el



Juan Carlos Odelé

(conferencia integrada por miembros de IATA) para que se tomen las decisiones correspondientes".

APJC es un órgano consultivo que "debe determinar cuáles son las medidas a adoptar", pero IATA "no pretende imponer absolutamente nada". Así, apunta que "el resultado de la consulta con el APJC será presentado posteriormente en la PaConf

Iberia, British y American comienzan a colaborar

Tal y como estaba previsto, Iberia, British Airways y American Airlines han puesto en marcha en octubre su acuerdo de cooperación en rutas transatlánticas. Con dicho pacto, que generará unos ingresos de más de 5.000 millones de euros, "se proporcionará a los clientes mayor acceso a tarifas con descuento y conexiones más adecuadas", señala British Airways.

Empieza el programa de vacaciones del Imsero

El programa de vacaciones para mayores del Imsero, que ya ha comenzado, dispondrá de un millón de plazas, 200.000 menos que el año anterior. Para viajar a la Península y Baleares se lanzarán 823.100 plazas, mientras que Canarias y Portugal contarán con 127.970 y 4.000, respectivamente. Además, se comercializarán 80.930 circuitos culturales y 4.000 viajes de Turismo rural.

Huelva busca atraer un viajero más rentable

El Plan de Acción 2011 de la provincia de Huelva irá encaminado a dos cuestiones: buscar nuevos perfiles de turistas que permitan aumentar la rentabilidad económica y la empleabilidad en el Sector. Así lo ha anunciado el presidente del Patronato Provincial de Turismo, Ignacio Caraballo, que explica que el objetivo es atraer un turista con mayor capacidad económica.

México apuesta por el Turismo de reuniones

El Consejo de Promoción Turística de México trabaja para postular al país como sede de "importantes eventos", ha informado la entidad. "La inversión en infraestructuras, hacen de México un destino de primer nivel en este segmento". Para México, este Turismo representa una industria en crecimiento con un alto potencial para generar una importante derrama económica.

NexoBusiness reúne al sector en el Hotel Eurostars Madrid Tower el 14 de octubre

La preinscripción 'online' al encuentro da derecho a un reloj Junghans

El jueves 14 de octubre se celebra en Madrid la octava edición del Salón NexoBusiness, que reúne en el Hotel Eurostars Madrid Tower al sector del viaje de em-

presa, reuniones y viajes de incentivo. Los profesionales encontrarán una selección de los mejores proveedores del Turismo de reuniones y viajes de incentivo.

El Hotel Eurostars Madrid Tower acoge el 14 de octubre el Salón NexoBusiness. Entre los expositores que acuden al Salón, estarán presentes una representación de destinos y Conventions Bureau, espacios para reuniones y eventos, organizadores profesionales de congresos, agencias de viajes, establecimientos hoteleros, compañías de transporte de viajeros o maroristas de viajes.

Por otro lado, paralelamente a la exposición comercial, se celebra la VIII Convención NexoBusiness, dedicada a analizar la actualidad del Sector, denominada 'Estrategias en 2010: Claves del éxito en 2011'. Se llevarán a cabo diferentes ponencias que detallarán los retos de los gestores de viajes de empresa, los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC) y agentes de viajes especiali-

zados, así como de sus principales proveedores: el sector aéreo para los viajeros de negocio, el tren y el *business* travel, la hotelería, las herramientas corporativas en los GDS, el alquiler de coches y los seguros para eventos y viajes de empresa. En sesiones de trabajo a puerta cerrada, grandes empresas, como Viajes El Corte Inglés, reunirán a sus clientes, para presentarles sus novedades y estrategias, en materia de gestión de cuentas corporativas.

Preinscripción 'online'

Los profesionales que deseen asistir a NexoBusiness 2010, evento organizado por el Grupo NEXO en colaboración con la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) y la Federación de Asociaciones OPC España, con el patroci-



Convención de NexoBusiness 2009.

nio de Viajes El Corte Inglés, puede inscribirse gratuitamente en la *web* www.nexobusiness.com, obteniendo un reloj de pulsera Junghans de tecnología alemana, no publicitario, y accediendo al cóctel almuerzo para visitantes profesionales preinscritos.

El emisor y el receptor siguen creciendo en julio

La actividad turística, especialmente en lo que respecta al receptor, sigue mejorando los resultados de 2009. La ligera reactivación de la demanda en algunas de las grandes potencias emisoras, como es el caso de Reino Unido, comienza a reflejarse en los datos relativos al Turismo y viajes de la Balanza de Pagos, publicados por el Banco de España. Tras un 2009 marcado por el descenso del consumo, en el presente ejercicio, y especialmente en los últimos meses, tanto los ingresos (receptor) como los pagos (emisor) han experimentado importantes subidas interanuales.

En julio, último mes analizado por el Banco de España, la balanza de Turismo y viajes registra un superávit de 3.759 millones de euros, lo que supone un ascenso del 8% frente a los 3.478 millones de euros del mismo mes de 2009. Los pagos de los españoles por sus viajes al extranjero muestran un incremento del 1,3%, alcanzando los 1.246 millones de euros.

En cuanto al receptor, el crecimiento interanual es del 6%. De este modo, la balanza de los ingresos se amplía hasta los 5.005 millones de euros, desde los 4.709 millones de julio de 2009.

Evolución positiva hasta julio

Según los datos facilitados por el Banco de España, en los siete primeros meses del año los ingresos derivados del Turismo y viajes han experimentado un aumento del 1,6%, pasando de 21.211 millones de euros en 2009 a 21.560 millones en 2010. En el caso de los pagos se alcanza un incremento interanual del 2,7%, con 6.660 millones de euros recaudados, frente a los 6.483 millones de 2009. Finalmente, la balanza de Turismo y viajes concluye este periodo con un saldo positivo de 14.900 millones de euros, lo que supone una subida del 1,1% en comparación con los 14.727 millones de euros de los siete primeros meses del año anterior.

El Sector vivió la huelga sin incidentes destacables y con escaso seguimiento por parte de sus empleados

Las agencias trabajan con 'absoluta normalidad' y los hoteleros cifran entre un 2% y un 4% el seguimiento

La huelga general se ha vivido sin incidentes reseñables en el Sector Turístico. Mientras que las agencias de viajes destacan la "normalidad absoluta" que ha reinado durante

toda la jornada del 29 de septiembre, los empresarios hoteleros calculan un seguimiento de entre un 2% y un 4%. En cuanto al transporte, en todas modalidades se han respetado

los servicios mínimos. Según han coincidido en señalar los representantes de los diferentes segmentos turísticos "no se ha apreciado un ambiente de huelga general".

Más allá del habitual baile de cifras entre el Gobierno y los sindicatos, los empresarios turísticos coinciden al minimizar el impacto de la huelga y aseguran que durante la jornada de ayer se trabajó con absoluta normalidad. Aunque en las semanas anteriores al 29 de septiembre las agencias de viajes han notado "su influencia", la jornada ha transcurrido "con normalidad absoluta" y sin que se produzcan grandes problemas, registrándose "algunos pocos cierres" debido a la presión de los piquetes, apunta el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras.

Según recalca el responsable de la Asociación, "no se aprecia un ambiente de huelga general", por lo que el impacto de ésta es "muy pequeño". En los mismos términos se pronuncia el vicepresidente ejecutivo de la Unión

de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, quien considera que "no es muy coherente convocar una huelga en estos momentos", recordando, además, que "son muchas las agencias de viajes que necesitan abrir para llegar a fin de mes".

El seguimiento de la huelga en el sector hotelero se sitúa "entre el 2% y el 4%", según los datos recabados por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que ha consultado a cerca del 70% de la planta hotelera del país. El secretario general de la Confederación, Ramón Estalella, señala que "la gran mayoría" de establecimientos no han secundado los paros, mientras que únicamente en "algunas zonas con mayor presencia de sindicatos" se han alcanzado porcen-

tajes "que no superan ese 4%". "Después de lo mal que lo hemos pasado existe una enorme concienciación de la necesidad de trabajar para seguir la senda de la recuperación", añade.

Los diversos medios de transporte han respetado, salvo en contadas excepciones, los servicios mínimos pactados. En primer lugar, los 12 aeropuertos con vuelos afectados han operado con normalidad, exceptuando cortes en el suministro eléctrico en los mostradores de facturación del aeropuerto de Sevilla y cortes en el acceso por carretera al de Oviedo. El grado de cumplimiento en las empresas de transporte por carretera ha sido superior al 90%. Según la Federación Española Empresarial de Transporte de Viajeros (Asintra), solamente no han podido garantizar estos servicios



Los escasos cierres de agencias se han producido por la presión de los piquetes.

las empresas que se han visto afectadas por los piquetes. Finalmente, los trenes AVE de Renfe incluidos en los servicios mínimos han funcionado con normalidad. Los servicios

esenciales pactados para el ferrocarril sólo incluyeron la circulación del 20% de los trenes AVE habituales, dejando fuera los trenes de Media Distancia y los internacionales.

El Congreso rechaza una rebaja del IVA al Turismo

El Pleno del Congreso de los Diputados ha rechazado con los votos en contra del grupo socialista, Esquerra Republicana de Catalunya e Izquierda Unida, la aplicación de un IVA del 4% al Turismo. El Partido Popular (PP) realizó esta propuesta para hacer frente a la crisis y permitir al Sector "homogeneizar su carga fiscal" frente a la de los principales países competidores.

Las empresas 'rent a car' prevén unos meses duros

Aunque esperan una estabilización de la demanda gracias a las festividades repartidas en la recta final del presente año, las compañías de alquiler de automóviles prevén un último trimestre duro para el sector. Asimismo, las costas españolas y Baleares serán las zonas donde peor evolucionará el negocio. "Todavía es pronto para hablar de recuperación", afirma Feneval.

Air France cooperará con China Southern

Air France KLM ha firmado una *joint venture* con China Southern para compartir los ingresos de la ruta París-Cantón, que entra en vigor el 1 de noviembre de 2010. De este modo, todos los vuelos de Air France y China Southern entre ambos aeropuertos operarán en código compartido. Asimismo, próximamente las aerolíneas colaborarán en otras rutas.

Bermúdez reclama más innovación en Turismo

El consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife, José Manuel Bermúdez, ha insistido en el Congreso de Turismo de Tenerife en que la isla es un destino que reúne "todas las condiciones para triunfar". Asimismo, el responsable de Turismo ha hecho hincapié en la necesidad de fomentar "menos la inversión y más la innovación y la cultura del detalle" en el Turismo.

El Gobierno reducirá en un 20% el gasto turístico en 2011, destinando a la promoción 622 millones de euros

Sebastián destacaba hace escasos días que en un año de 'fuertes restricciones' el Turismo no había sufrido recortes

Pese a ser una de las principales industrias del país, representando más del 10% del Producto Interior Bruto (PIB) nacional, el Gobierno vuelve a dar la espalda al Turismo. Si en las últimas semanas el Ejecutivo ya tomó decisiones tan controvertidas como la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo a Secretaría General de Turismo y Comercio Interior o rechazar la bajada de tipos impositivos para favorecer a los empresarios turísti-

cos, en esta ocasión ha anunciado un severo recorte en los Presupuestos Generales del Estado.

Aunque hasta hace escasos días el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, resaltaba que se había mantenido la inversión turística en durante 2010 "pese a ser un ejercicio de fuertes restricciones presupuestarias", el Gobierno central ha anunciado que el presupuesto para 2011 será un 19,8% inferior. En concreto, se des-

tinarán 662,4 millones de euros a la promoción turística, frente a los 776 millones de euros presupuestados en el presente año. Además, el Ejecutivo destinará 300 millones de euros al Plan Future en 2011, a través de la línea de préstamos bonificados del ICO, frente a los 500 millones con que cuenta este año, para fomentar el uso racional de la energía en las empresas turísticas.

Por otro lado, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se

centrará en incrementar la rentabilidad del conjunto de la oferta turística, asegurando la sostenibilidad de los recursos, mejorando la competitividad y orientando sus acciones en esta materia a la excelencia en la gestión, así como en adaptar la demanda turística de 'sol y playa' a los nuevos retos impulsando el desarrollo de nuevos productos. Así, para promover la recualificación integral de los destinos turísticos maduros, en cola-

boración con las entidades locales, destinará 145 millones de euros en 2011 al Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas (Fomit). Finalmente, TurEspaña llevará a cabo un "potente plan de promoción turística" internacional y fijará la estrategia y planificación de la red de Paradores Nacionales, "pieza clave" de la política turística, para potenciar la marca España, informan desde el Ministerio.

amadeus
Your technology partner

Noticias

Ahora, reservar en Amadeus Hotel Store tiene premio seguro

Si realizas tus reservas de Transhotel en Amadeus Hotel Store del 4 de octubre al 7 de noviembre podrás ganar regalos seguros como el nuevo Ipad Nano o un Ipad y además, solo por participar, entrarás en el sorteo de una Suzuki Burgman 125. Cuantas más reservas, más posibilidades.

Amadeus Hotel Store es la pestaña de Amadeus Selling Platform desde la que accedes de forma rápida y sencilla a toda la oferta hotelera de Transhotel sin salir de Amadeus.

Reservar Transhotel en Amadeus Hotel Store es:

- **Más cómodo:** entra en Transhotel con un solo clic, sin cambiar de pantalla y sin tener que introducir claves.
- **Más rápido:** al crearse un segmento manual en el PNR, cualquier persona de la agencia puede recuperar fácilmente la reserva realizada por un compañero.
- **Evita errores:** al tener el vuelo y el alojamiento de Transhotel en el mismo PNR se evitan discrepancias entre las fechas de los servicios en el momento de realizar la reserva y de modificarla.

Participar en esta promoción es tan sencillo como:

1. Registrarte y crear tu usuario la primera vez.
2. Apuntar el número de localizador de Transhotel.
3. Cerrar el PNR en Amadeus.

amadeus Your technology partner

transHotel GLOBAL TRAVEL SERVICE PROVIDER

Amadeus Hotel Store

Home ¿Qué es Amadeus Hotel Store? Participa Premios Carrera Preguntas frecuentes Demo

Amadeus Hotel Store
RACE 2010

Preparados, listos... ¡ya!

Arranca el nuevo reto de Amadeus. Haz el mayor número de reservas de Transhotel en Amadeus Hotel Store en el mejor tiempo posible y gana fantásticos premios seguros.

Ranking	Reservas
Francisco Morafinos	138
Álvaro	100
David Segura	54
Pablo López	48

Sorteo
Suzuki Burgman 125

Regalos seguros
40 Ipad nano MP4 8GB 10 Ipad Wi-Fi 16 GB

amadeus@es.amadeus.com t 91 329 86 83

100% Agentes

Turnexxo

Catalunya

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Jueves 4 de Noviembre
Eurostars Grand Marina

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

Nexopublic
CONSULTING

FAAV denunciará a Renfe por 'utilizar la palabra viajes en su 'portal' sin tener licencia de agencia'

La web Renfeviajes.com, lanzada el pasado junio, cuenta cada vez con más detractores. Si FEAAB y AEDAVE están estudiando denunciar a Renfe al considerar que "podría estar faltando a la legalidad, tanto por competencia ilícita como por la utilización indebida de la imagen del Ministerio de Fomento en su publicidad", ahora es la Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV),

la que prevé demandar a la transportista por "la utilización de la palabra viajes en su 'portal' pese a carecer de un título-licencia, como ha adelantado su presidente, Antonio Távora.

Según explica, "la legislación en Andalucía sólo permite utilizar este término a las agencias acreditadas", por lo que afirma que "vamos a presentar una denuncia por intrusismo y competencia desleal". "Pese a que

destacan que su principal canal de distribución son las agencias, parece que quieren que dejemos de serlo", apunta Távora, que recuerda a Renfe que "una empresa estatal no debe competir con la pequeña empresa privada".

Pero este no es el único enfrentamiento de FAAV y Renfe. El pasado 18 de mayo, día en el que el Atlético de Madrid y el Sevilla disputaban la final de la Copa del Rey en Barcelo-

na, Renfe "bloqueó las plazas de AVE a todas las agencias excepto a Viajes El Corte Inglés y Halcón Viajes". "Dejaron fuera al resto de agencias" argumentando que "estas dos redes son sus grandes clientes". Ante este hecho, FAAV trasladó su queja a FEAAB, que en estos momentos estudia denunciar a Renfe ante el Servicio de Defensa de la Competencia por "dominio de mercado".



El presidente de FAAV, Antonio Távora.

Las aerolíneas rechazan la subida del 7,5% de las tasas aéreas

Las principales asociaciones de compañías aéreas españolas han mostrado su rechazo al incremento del 7,5% de las tasas de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) para 2011. La Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA), la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) y la Asociación de Compañías de Aviación Civil (ACA) advierten que "esta subida de tasas llega en un momento especialmente delicado para las aerolíneas". Según el sector, "las compañías aéreas continúan afectadas por el bajo nivel del consumo y acumulan pérdidas derivadas del cierre del espacio aéreo por la nube de cenizas y por el largo conflicto de los controladores". Además de este aumento de las tasas aeroportuarias, los Presupuestos Generales del Estado (PGE) incluyen una rebaja del 7,8% en las tasas de navegación para 2011, tal y como se comprometió el Gobierno.

Las tres asociaciones aéreas lamentan que la nueva estructura de tasas, que cataloga a los aeropuertos en cinco categorías frente a las tres actuales, implica que Barajas y El Prat registren los mayores incrementos, lo que "afecta proporcionalmente más a las compañías aéreas nacionales", cuyos vuelos tienen mayor peso en estos aeropuertos. Asimismo, critican que el Ejecutivo haya fijado una tasa para el aeropuerto de Girona un 27% inferior al resto de aeródromos de su mismo volumen de tráfico.

Esta medida supondrá "una ventaja clara y directa" para Ryanair, aerolínea que opera "casi en exclusiva" en Girona. Esta ventaja competitiva "le permitirá ejercer una competencia desleal con las aerolíneas que operan en El Prat", apuntan desde el sector.

Con anterioridad al anuncio del Gobierno, las tres asociaciones habían propuesto a AENA la congelación de las tasas aeroportuarias para 2011, al entender que esto ayudaría a incentivar la demanda dado el contexto de "fragilidad económica en Europa". Según recoge el proyecto de los PGE para 2011, las tasas de aproximación mantendrán su tarifa, mientras que se actualizarán las de aterrizaje, seguridad, prestación de servicios y uso del dominio público aeroportuario.

Fitur 2011 19-23 ENERO

Feria Internacional de Turismo

www.fituronline.com

ORGANIZA
FERIA de Madrid
TV ENCUENTRO

SI QUIERE LLEGAR LEJOS EN SU NEGOCIO, ÉSTE ES SU DESTINO.

utilizada por: PATA, Ufi, CN

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:

 www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Jueves 11 de Noviembre
Hotel Santo Domingo

Nexopublic
CONSULTING

Los tribunales dan la razón a Rumbo contra Ryanair

El Juzgado de lo Mercantil número 1 de Madrid ha condenado a Ryanair por competencia desleal, denigración y obstaculización de la actividad de Rumbo. De este modo, el juez dicta sentencia sobre la denuncia que Rumbo interpuso en el verano de 2008. La agencia *online* demandó a la aerolínea, cuando ésta vertió duras acusaciones contra las agencias de viajes.

Las mayoristas extranjeras apuestan por Lanzarote

Mercados como el francés o el polaco tendrán una mayor presencia en Lanzarote en 2011. Por un lado, el Patronato de Turismo del Cabildo ha cerrado varios acuerdos con turoperadores galos para intensificar la entrada de este mercado, que en agosto ha crecido un 73%. Por otro, el turoperador polaco Itaka ha rubricado también un convenio y prevé trasladar a unos 16.000 turistas en 2011.

La crisis provoca la caída de la inversión en imagen

El 92% de las empresas del Sector Turístico que han reducido su inversión en comunicación por la crisis aseguran que ha tenido "efectos negativos" en aspectos como la notoriedad de su marca o su influencia en el cliente final. La encuesta 'Turismo, Crisis y Comunicación 2010' de OAK Power Comunicación señala que el 59% de las empresas y destinos han reducido su inversión.

Vigo espera potenciar el Turismo de reuniones

El teniente de alcalde de Vigo, Santi Domínguez, ha señalado que con la creación del Vigo Convention Bureau la ciudad intentará aplicar el mismo modelo público-privado de Barcelona. "Acabamos de empezar y la Oficina no tiene ni un año", ha recordado, destacando que una vez consolidada la labor de la entidad, "hay que dar el siguiente paso, pero poco a poco con hechos reales".

Los partidos políticos de Ronda firman un pacto por el Turismo para que perdure al margen del que gobierne

Francisco Cañestro: 'Los diferentes partidos políticos han antepuesto los intereses de la ciudad a los particulares'

Los diferentes grupos políticos de Ronda han "antepuesto los intereses de la ciudad a los particulares" y han firmado el Pacto Local por el Turismo en Ronda. El teniente alcalde y delegado de Turismo, Francisco Cañestro, explica a NEXOTUR que con este acuerdo "se establecerán unas líneas estratégicas generales para que, independientemente del partido que gobierne, se mantenga la política



Francisco Cañestro

turística del Plan de Destino Turístico de Ronda".

Con la firma del pacto, las fuerzas políticas se comprometerán, entre otros aspectos, a "fortalecer la capacidad de acción institucional, impulsar proyectos de interés, fomentar la calidad del destino, apostar por la modernización y diversificación del sector empresarial e impulsar la cooperación turística en los niveles regionales y nacionales

con las principales instituciones públicas y privadas". Asimismo, incluye acciones orientadas a fomentar la sostenibilidad, como "el impulso de sistema de gestión medioambiental y la elaboración de productos de naturaleza compatibles con la conservación respetuosa de ésta". "Lo que pretendemos es convertir al Turismo en la verdadera locomotora de la economía local", apunta Cañestro, que destaca que "es una industria fundamental y hay que potenciarla". Las acciones recogidas en el plan están encamina-

das a desarrollar "la calidad y sostenibilidad del Turismo en Ronda".

Con este acuerdo, que demuestra el compromiso de los grupos políticos de Ronda, el destino da un paso más en su objetivo de convertirse en un referente turístico de calidad y sostenible. Según apunta Cañestro, "sería deseable que se firmase un pacto de similares características a nivel nacional", ya que el Turismo "es una de las principales industrias del país".

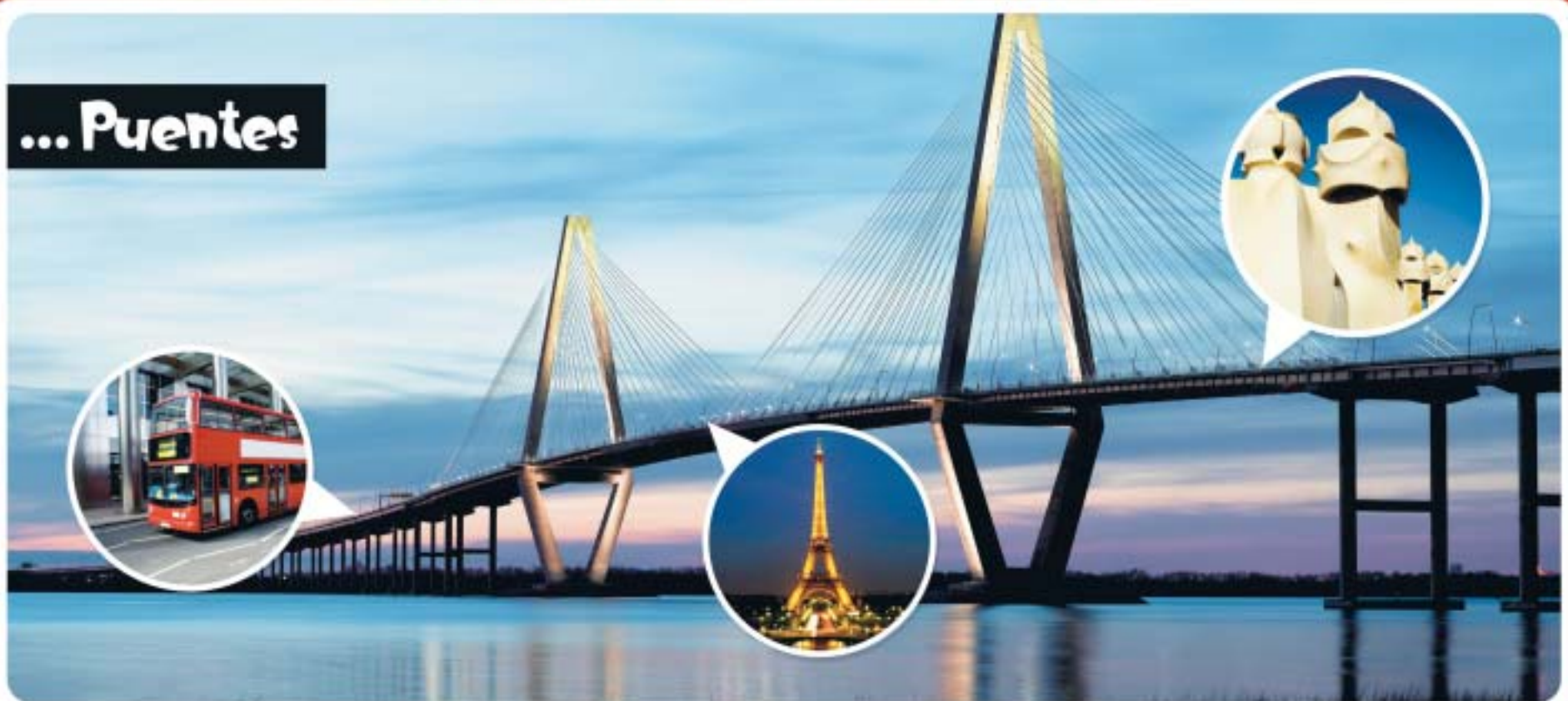
Más allá de este pacto, el delegado de Turismo confirma que la "inten-

sa promoción" que está llevando a cabo la ciudad ya comienza a dar sus frutos. Por ejemplo, en verano, temporada de baja actividad para el destino, "hemos tenido muy buenos niveles de ocupación", lo que demuestra que las estrategias adoptadas por la ciudad "ya se están notando", subraya Cañestro. Por ejemplo, destaca que los niveles de ocupación de los hoteles de cuatro estrellas han pasado del 24% del verano del 2009 al 45%, y los de cinco estrellas han ascendido hasta el 67%, frente al 49% de 2009.

PARÍS • ROMA • LONDRES • BARCELONA • PRAGA

Como te prometimos te presentamos nuestras novedades en...

... Puentes



No olvides visitar nuestra área de campañas.
¡LAS MEJORES OFERTAS EN CADA MOMENTO!

jumbobeds.com
YA DISPONIBLE EN TU INTRANET



La Oferta del Business Travel y de Reuniones e Incentivos en...

NexoBusiness

NexoBusiness es una Feria del Grupo NEXO

VIII Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos

Jueves, 14 de Octubre 2010

—Pre Inscribase ahora Visitante Profesional (exclusivamente Compradores potenciales) en

www.nexobusiness.com

Reserve su Espacio como Expositor (solo Proveedores de Business Travel y Reuniones) en el teléfono 91 369 41 00

Hotel Eurostars Madrid Tower



TUI Travel confía en cumplir las previsiones

TUI Travel mantiene las previsiones de principio de año para el cierre de 2010. La compañía se muestra optimista tras el buen funcionamiento de las ventas en verano y de las reservas adelantadas de la temporada de invierno. "La demanda sigue siendo saludable", señala el consejero delegado del grupo, Peter Long, que confirma que les ha beneficiado la quiebra de turoperadores británicos.

Travel Loop la mayorista de Unida de tecnología

Travel Loop proveerá a Unsol.es del soporte específico para dar cobertura a toda la red del Grupo Unida. Este acuerdo permitirá a las agencias acceder a una potente herramienta tecnológica, donde podrán reservar hoteles, alquilar vehículos, contratar seguros de viaje y adquirir billetes de tren y avión. Además, en un futuro se añadirán a la plataforma 'paquetes' turísticos.

OMT impulsa el GOST por el Turismo sostenible

La OMT y la Universidad Sun Yet-Sen de Guandzhou (China) trabajarán para impulsar la planificación y la gestión responsable de los destinos turísticos. De esta forma, la OMT da un impulso al Observatorio Mundial del Turismo Sostenible (GOST, por sus siglas en inglés), creado para el seguimiento y la evaluación de las políticas de Turismo sostenible.

Finaliza la fusión entre Continental y United

Continental Airlines y United Airlines (UAL) han cerrado su acuerdo de fusión, una operación valorada en más de 2.308 millones de euros, de la que nacerá el mayor grupo aéreo del mundo, la nueva United Continental Holdings. Según los términos del acuerdo, la ecuación de canje se establece en 55% para United y 45% para Continental, incluyendo las acciones convertibles.

Gerardo Díaz Ferrán anuncia que convocará elecciones anticipadas a la presidencia de CEOE

El presidente de FEAAV apunta que ahora 'lo sano y lo lógico' es que no vuelva a presentarse

El presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Gerardo Díaz Ferrán, ha adelantado en la reunión con los 21 vicepresidentes de la Confederación su decisión de convocar elecciones anticipadas a la presidencia, que debería celebrarse en 2013. Sin embargo, no ha precisado una fecha ni ha aclarado si se presentará para revalidar su cargo.

Díaz Ferrán transmitirá este anuncio al comité ejecutivo y a la junta di-

rectiva en la próxima reunión ordinaria, que tendrá lugar el 20 de octubre. Los estatutos establecen que la convocatoria debe ser comunicada con al menos dos meses de antelación a su celebración, con lo que no podría fijarse antes del 20 de diciembre. De este modo, en dos semanas Díaz Ferrán anunciará a los órganos de gobierno de CEOE su decisión y "las circunstancias de la misma en función de los estatutos", por lo que será entonces cuando se desvelen estas cuestiones.

El presidente de CEOE reacciona así después de que diferentes voces dentro de la propia Confederación pidiesen su dimisión debido a la crítica situación que atraviesan las empresas del Grupo Marsans, dirigido hasta mediados de 2010 por Díaz Ferrán y Gonzalo Pascual. Tal fue el caso del presidente de FEAAV, Rafael Gallego, quien a mediados de septiembre puso en duda la "idoneidad de Díaz Ferrán como figura visible de la CEOE".

Tras conocer el anuncio de Díaz Ferrán, Gallego apunta que "lo sano y lo lógico" ahora es que "no vuelva a presentarse". Esta decisión sería "buena para la imagen de CEOE y del empresariado español", destaca. Reitera además sus críticas al empresario, del que dijo "no puede representar al Sector dada su mala imagen". Para Gallego, las circunstancias que rodean a Díaz Ferrán "siguen siendo las mismas" que hace 15 días, continuando así "la imagen de deterioro".



El presidente de CEOE, Gerardo Díaz Ferrán.



www.czechairlines.com

¿Puede reconocer la mejor oferta?

BUDAPEST desde 169 EUR	KIEV desde 241 EUR	
VARSOVIA desde 170 EUR	MOSCÚ desde 245 EUR	
CRACOVIA desde 188 EUR	SAN PETERSBURGO desde 276 EUR	

* precio I/V, tasas incluidas

Para más información, por favor consulta tu GDS o llámanos al 915 596 455 (lunes-viernes, 09:00-17:00).




Aconfisa asegura a las agencias una reducción de gastos, externalizando Recursos Humanos

El director de la Asesoría Turística apunta que 'es preferible sacar fuera los servicios no rentables'

La disminución de las plantillas en las empresas está provocando un cambio de planteamiento en la gestión de sus departamentos. Con el objetivo

de reducir los costes, cada vez son más los empresarios que optan por externalizar servicios. Aconfisa gestiona la contabilidad, administración, fiscalidad

y recursos humanos. La asesoría turística ha detectado la creciente demanda de la externalización del departamento de Recursos Humanos (RRHH).

Entre los diferentes servicios que ofrece Aconfisa, su director, Javier Pascual, destaca la "creciente demanda" de la externalización del departamento de recursos humanos. "Mientras que numerosas empresas del Sector Turístico ya contratan nuestros servicios para temas tan diversos como la contabilidad, administración y fiscalidad de las empresas, cada vez es mayor el número de agencias de viajes y compañías del Sector Turístico que nos solicitan que realicemos tareas propias de un departamento laboral, como la búsqueda y gestión del personal", explica el director de Aconfisa. En este sentido, Pascual señala a "las agencias de viajes y los establecimientos hoteleros como las empresas más interesadas en contratar esta clase de servicios" en la asesoría.

Entre las ventajas que supone externalizar el departamento de recursos humanos, además del considerable ahorro de costes, el director de la asesoría turística hace especial hin-

capié en la profesionalidad de los trabajadores de Aconfisa, ya que "al llevar la gestión de muchas empresas, nuestra plantilla cuenta con una excelente formación en este ámbito". Además, Pascual explica que "debido a los cambios legislativos que se están produciendo, están surgiendo muchas dudas a la hora de contratar o despedir". "En definitiva, en esta época tan conflictiva en lo que respecta a las normas laborales, las asesorías externas estamos más al día de cómo las interpretan los jueces", concluye.

Además de poder externalizar los servicios propios de un departamento laboral, Aconfisa ofrece a las empresas turísticas llevar "sus temas de contabilidad o administración, tanto de forma completa como con fórmulas mixtas". Asimismo, en la asesoría turística también son especialistas en fiscalidad de agencias de viajes. En este caso, Pascual confirma que la mayor parte de las agencias "sí suelen tenerlo externalizado, a excepción de los grandes grupos".

«Aconfisa es la asesoría líder en servicios para agencias de viajes emisoras independientes»



Javier Pascual dirige Aconfisa.

¿Por qué externalizar los recursos humanos?

Hasta 2008, la buena situación económica propició que las empresas turísticas, entre ellas las agencias de viajes, crecieran a un ritmo vertiginoso. El aumento del número de oficinas, acompañado del incremento de las plantillas, llevó a muchas de estas empresas a crear sus propios departamentos de Recursos Humanos.

Pero desde mediados de 2008, y especialmente du-

rante el pasado ejercicio, la crisis económica, con la consecuente caída del consumo, ha provocado una reducción, tanto de los puntos de venta de agencias de viajes como de los empleados. En concreto, entre mayo de 2008 y mayo de 2010 se han destruido más de 6.000 puestos de trabajado en el Sector.

Ante esta situación, cuya solución no parece aún cer-

cana, muchas empresas han empezado a entender la necesidad de externalizar servicios, lo que permite un significativo ahorro de costes. En este sentido, el director de Aconfisa, Javier Pascual, apunta que "es preferible sacar fuera todos los servicios posibles, ya que de este modo pagas únicamente por lo que consumes y necesitas, reduciendo significativamente costes".

Especialistas en Agencias de Viajes



Ahorre costes

...Externalizando su Departamento de Recursos Humanos

Augusto Figueroa, 39-1º | 28004 Madrid | ☎ 91 521 53 15 - 521 46 92 | Fax: 91 522 98 12

Posibilitum demanda al Estado Argentino

Posibilitum Business ha presentado una demanda contra el Estado argentino al que reclama 801,5 millones de euros en concepto de "daños y perjuicios" por la expropiación en diciembre de 2008 de Aerolíneas Argentinas y su filial austral a la compañía española. La demanda ha sido presentada por el bufete King & Spalding, en representación de Teinver y el grupo Marsans.

La Capital Europea de la Cultura se sabrá en 2011

Las ciudades que continúan como aspirantes a ser Capital Europea de la Cultura 2016 son Burgos, Córdoba, Las Palmas, Segovia, San Sebastián y Zaragoza. De este modo, no han sido preseleccionadas Alcalá de Henares, Cáceres, Cuenca, Málaga, Murcia, Oviedo, Pamplona, Santander y Tarragona. Será a mediados de 2011 cuando se anuncie la ciudad que ostentará el título.

Sevilla quiere ser la ciudad más elegida para reuniones

El gerente del Sevilla Congress and Convention Bureau (SCCB), Manuel Macías, ha asegurado que "la imagen que se tiene de Sevilla en el exterior es mucho mejor que el negocio que hoy existe en la ciudad respecto al Turismo congresual". Así, Macías ha destacado que su objetivo es posicionar a Sevilla en la cúspide del ranking de las ciudades más elegidas para la celebración de reuniones.

Mansal Autocares compra un bus de Mercedes-Benz

Mansal Autocares adquiere un autocar OC 500 RF 1842 Mercedes-Benz carrozado en Farebus. La entrega del vehículo tuvo lugar en las instalaciones de Farebus en Córdoba. La empresa Mansal Autocares, ubicada en Algeciras, tiene a su cargo La Línea de la Concepción en la provincia de Cádiz, además de dedicarse también al transporte discrecional.

España recibe siete millones de turistas durante agosto, un 4% más que en el mismo mes de 2009

El número de extranjeros llegados con un viaje organizado disminuye un 4%, frente al aumento del 8% del resto

Siete millones de turistas han visitado España en agosto, un 4% más que en 2009. Este incremento responde a la buena marcha de mercados como Francia, Italia y Países Bajos,

así como a la estabilidad de Reino Unido. Por Comunidades autónomas, solamente Andalucía y Comunidad Valenciana pierden turistas. En cuanto a la forma de organización del

viaje, el 27% de los turistas llegados a España en agosto ha optado por la contratación de un 'paquete' turístico, experimentando un descenso interanual del 3,7%.

España ha rozado la cifra de siete millones de visitantes durante el mes de agosto, lo que se traduce en un crecimiento del 4% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Según destaca el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, los resultados de agosto suponen el cuarto ascenso mensual consecutivo en la llegada de visitantes, después de que en mayo subiese un 1,1%, un 1,7% en junio y un 4,5% en julio. En agosto, los principales mercados emisores de turistas a España han mejorado respecto a 2009, salvo Alemania, que experimenta un leve retroceso del 0,6%, con 957.559 turistas.

Reino Unido, que se mantiene como el principal mercado para España, rompe además con su tendencia negativa, emitiendo un 0,3% más

de viajeros, hasta 1,6 millones. Francia se consolida en segunda posición, aportando 1,4 millones de visitantes, un 3,7% más que en 2009.

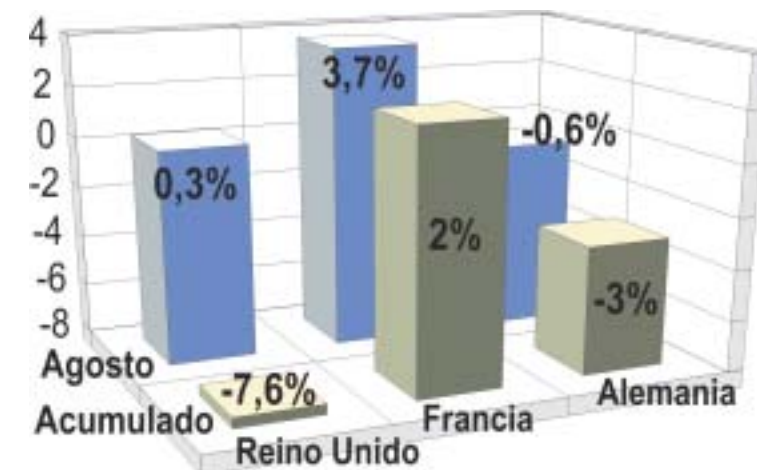
Del resto de países destaca el incremento del 11% registrado por Italia, que acumula, además, una variación positiva del 8,9% en los ocho primeros meses. Esta tendencia favorable se repite en el caso de los viajeros procedentes de Países Bajos, cuya llegada aumenta un 35% en agosto y un 7,8% en el acumulado.

Por Comunidades, Cataluña sigue liderando las llegadas, con 1,8 millones de turistas, lo que supone una mejora del 6,6%. Le siguen Baleares, con 1,7 millones de entradas y una mejora del 10,9%, y Andalucía, con un millón de visitantes, un 4,5% menos que en agosto de 2009.

Por su parte, Canarias concluye el mes con 707.482 viajeros y un incremento del 7,9%, mientras que la Comunidad Valenciana ha registrado un total de 675.466 llegadas, un 1% menos, y la Comunidad de Madrid ha recibido 386.544 turistas extranjeros, un 0,6% más que hace un año. El resto de Comunidades autónomas han sido el destino de 704.394 extranjeros, lo que implica una contracción del 0,6%.

En cuanto a la forma de organización del viaje, el 27% de los turistas llegados a España ha optado por la contratación de un 'paquete' turístico, experimentando un descenso interanual del 3,7%. Todo lo contrario sucede con los visitantes que han elegido otros modos de organización, que muestran una subida del 7,8%.

Variación mercados emisores de turistas



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

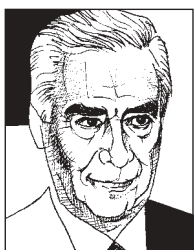
Turismo Senior Europa se amplía un año en Andalucía con más plazas y destinos

Andalucía ha recibido en su primera edición a 36.054 turistas senior

El Gobierno y la Junta de Andalucía han firmado el aumento del programa Turismo Senior Europa que trae entre otras novedades un mayor número de pla-

zas y de destinos. Tendrá un coste total de 6.570.000 euros, aportado al 50% entre la Secretaría General de Turismo y Turismo de la Junta de Andalucía.

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida, ha suscrito la nueva edición 2010-2011 del programa Turismo Social Europeo en Andalucía con el consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Luciano Alonso, y el presidente de



Luciano Alonso

plimiento al acuerdo adoptado por el Consejo de Ministros celebrado el pasado mes de marzo en Sevilla y tendrá un coste total de 6.570.000 euros, aportado al 50% entre la Secretaría General de Turismo y Turismo Andaluz.

El programa se iniciará el próximo 1 de octubre hasta 30 de abril de 2011 y estará dirigido a 15 mercados. Polonia, Hungría, República Checa y Eslovaquia tendrán una bonificación de 150 euros y 11.400 plazas, mientras que Bélgica, Bulgaria, Dinamarca, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Portugal, Austria y Rumanía, tendrán 100 euros de bonificación y las restantes 48.600 plazas.

Andalucía ha recibido en su primera edición a 36.054 turistas senior,

el 84% del total de los turistas que se acogieron a este programa. La provincia de Málaga ha acogido 19.310 turistas senior, el 53% del total de la comunidad; le siguen, Huelva, con 16.503 llegadas y Cádiz, con las restantes.

El coste total del programa en Andalucía ha sido de 4,6 millones de euros, que ha supuesto un impacto económico de 21 millones de euros, mientras que las pernoctaciones ascendieron a casi 300.000. Asimismo, se acogieron al programa 24 hoteles de cuatro estrellas y por nacionalidades, la más destacada ha sido la griega con un total de 14.140 turistas senior (el 39% del total de Andalucía), le sigue Polonia con 5.115 turistas (14%), Irlanda con 5.059 (14%), Italia con 4.580 (13%), Rumanía con 2.488 (7%), Holanda con 1.797 (5%), y Dinamarca con 883 (2%).

Canarias estudia potenciar la competitividad turística

El Parlamento de Canarias ha aprobado por unanimidad una proposición no de ley en la que se insta al Gobierno regional a estudiar la creación de nuevas estructuras colaborativas que aúnen esfuerzos para la cooperación y la competitividad en materia turística. La iniciativa también solicita que el Ejecutivo continúe liderando "la coordinación interadministrativa".

"El sector ha bajado los precios por los turoperadores de forma desproporcionada y a ello, junto a la reducción de tasas, se deben los resultados", ha explicado la diputada socialista Guacimara Medina. Asimismo, ha solicitado proponer nuevas estructuras que pasen por la administración y eleven la competitividad del destino, reinventando el modelo de gestión acorde con las necesidades.

"Debemos cuidar la primera imagen que ven los turistas cuando llegan y la última cuando se van", ha explicado Medina. Por su parte, la diputada de Coalición Canaria (CC), Belén Allende, ha

asegurado coincidir con la filosofía de la iniciativa de la socialista, y ha subrayado que hay que trabajar "porque hay que ser más competitivo y sostenible", además de defender la transversalidad.

El archipiélago canario ha recibido en agosto 707.482 turistas internacionales, ocupando el cuarto lugar por detrás de Cataluña, Baleares y Andalucía, según Frontur. La isla ha arrojado un crecimiento del 7,9%, "dada la importante subida protagonizada por su principal mercado emisor: el Reino Unido", asegura el documento, señalando que en el acumulado, Canarias ha presentando una variación interanual del 3,8%.

Por su parte, en lo que al gasto de estos turistas se refiere, el Egatur revela que la isla ha recibido 796 millones de euros en agosto con una variación interanual del 10,8%, siendo el gasto medio por turista de 1.125 euros y por día de 106 euros. Entre enero y agosto, el gasto total ha sido de 5.773 millones de euros con una variación interanual de -0,7%.

Reserva desde agencias en el 'portal' de Capella



Capella Hotels & Resorts presenta una página bien diseñada con una completa descripción de sus hoteles de lujo, que incluye un sistema de gestión de reservas estándar de fácil uso y que permite la gestión a clientes, empresas y agencias.

Capella Hotels & Resorts presenta una página bien diseñada con una completa descripción de sus hoteles de lujo, que incluye un sistema de gestión de reservas estándar de fácil uso y que permite la gestión a clientes, empresas y agencias.

Mayor información en la nueva página de SAS



La nueva versión de la web de SAS, además de rediseñar sus pantallas, ha añadido la información de sus líneas en un sistema de mapas activos, incluyendo mejor información de tarifas en la reserva, que sigue sin ser válida para las agencias.

Información oficial de Turismo en Formentera



La página sobre Turismo en Formentera proporciona al viajero una amplia información de temas de interés turístico en la isla, incluyendo un buscador de alojamiento e información sobre *rent a car* aunque todo ello con un limitado nivel de detalle.

Cambios externos en la página de Euskalduna



La versión actual de la página de Euskalduna en Internet presenta un nuevo diseño de sus pantallas y de las formas de acceso a la información, pero ha modificado poco sus contenidos, que siguen sin incluir una agenda de eventos.



Amadeus facilita el comercio electrónico al 'portal' cathaypacific.com.

Amadeus permite a las agencias acceder a tarifas de Cathay Pacific

Amadeus distribuirá los servicios de Cathay Pacific. Así, las agencias tener acceso íntegro a las tarifas, horarios e inventarios de las aerolíneas Cathay Pacific Airways y Dragonair. "Las agencias de viajes siguen siendo un canal de venta clave para Cathay Pacific", señala el responsable de distribución de la aerolínea, Clarence Tai, quien considera "vital que las agencias asociadas tengan acceso a nuestras tarifas".

Además de distribuir la oferta de las aerolíneas japonesas entre

más de 9.000 agencias de viajes en todo el mundo, Amadeus suministra la tecnología de comercio electrónico que está detrás del 'portal' cathaypacific.com y que permite a los clientes comprar, reservas y gestionar sus viajes a través de Internet. Próximamente, Cathay Pacific y Dragonair implantarán la solución de Amadeus Altéa Customer Management System, que gestionará las reservas, el inventario y el control de salidas de las aerolíneas del grupo desde finales de 2011.

El 'autocheck-in' en el móvil o Internet incrementa su uso en los aeropuertos

Cerca del 60% de los pasajeros de Iberia en Barajas utilizan este servicio

La apertura del *autocheck-in* en la mayoría de destinos y la posibilidad de utilizar dispositivos móviles en algunos aeropuertos ha provocado que muchos viaje-

ros decidan obtener la tarjeta de embarque a través de este sistema. Concretamente, casi el 60% de los pasajeros de Iberia en Madrid-Barajas lo utilizan.

El *autocheck-in* se está imponiendo cada vez más en los aeropuertos gracias a la generalización de las nuevas tecnologías. La disponibilidad de este servicio en la mayoría, así como la posibilidad de utilizar los dispositivos móviles, está provocando un incremento del uso de este sistema para obtener la tarjeta de embarque.

Un ejemplo es el caso de Iberia, que ya gestiona por esta aplicación en Madrid-Barajas el embarque del 60% de sus pasajeros. En el conjunto de la red nacional, el porcentaje alcanza el 31%, cinco puntos porcentuales más que en 2009. El *autocheck-in online*, que permite sacar la tarjeta de embarque desde la web de Iberia antes del vuelo, es el sistema más elegido por los clientes, con un 22% del total y un crecimiento interanual del 6%. En los aeropuertos europeos, el 34% de

los pasajeros obtiene su tarjeta de embarque mediante el sistema, 11 puntos porcentuales más que en 2009. Por su parte, en los americanos el porcentaje se sitúa en el 18%.

Amplia oferta del servicio

Pero Iberia no es la única que está apostando por esta tecnología. British Airways ha desarrollado un nuevo sistema de embarque a través del *smartphone*. Los usuarios pueden utilizar una tarjeta digital que se reproduce en el propio móvil y que puede escanearse antes de subir al avión. Para usarlo es necesario formar parte del Executive Club y descargar la aplicación adecuada para cada tipo de teléfono. Madrid, Barcelona, Málaga, Ibiza y Palma de Mallorca son algunos de los aeropuertos españoles que disponen de este servicio.



Detalle de la web de Costa Blanca.

Por su parte, American Airlines también amplía la oferta de este servicio a ocho aeropuertos más, incluido el de El Prat. El de Londres Heathrow fue el primer aeropuerto internacional donde los pasajeros de American Airlines pudieron obtener su tarjeta de embarque a través de su móvil en junio de este año.

Dolce implementa un nuevo sistema para facilitar la petición de organización de eventos

Entre las ventajas destaca dinamizar el trabajo de los planificadores de reuniones

Dolce Hotels and Resorts ha implementado SpeedRFPTM, herramienta que pretende facilitar las solicitudes de propuestas (RFP, en sus siglas en inglés) vía Internet hechas por los planificadores de reuniones. Este sistema permite solicitar ofertas de varios hoteles de entre diferentes marcas.

Asimismo, los organizadores de reuniones podrán introducir información y detalles sobre el futuro evento de una vez con un formato estándar en www.dolce-speedrfp.com. Posteriormente, introducirían esta información en la propiedad Dolce que elijan, según explica el director de Ingresos de Dolce, Barry Goldstein. "Con SpeedRFP podrán crear una cuenta online y teclear las especificaciones para cada congreso una sola vez", añade, subrayando que este sistema "permite a los organizadores enviar sus RFP a diversos proveedores, sin necesidad de reintroducir los datos cada vez, así como utilizar Speed-RFP para administrar sus RFP".



Dolce facilita las RFP con la implantación de esta nueva herramienta.

Por su parte, el director ejecutivo de Elite Meetings International Inc., la compañía responsable del desarrollo y los mercados de SpeedRFP, Kelly Foy, señala que "los planificadores de han reclamado un sistema de gestión de RFP así durante años". El producto se ofrece a cadenas hoteleras, propiedades individuales y oficinas de turismo y convenciones, entre otros.

De esta forma, destacan que una de las ventajas del sistema para la cadena Dolce es que le ahorrará tiempo y dinero incorporando las RFP en el sistema de gestión de cada propiedad y evitando comisiones y tasas por transacción, según Goldstein. Dolce espera expandir el uso de SpeedRFP a otros eventos sociales, como por ejemplo las bodas.



Con MixMaster se muestra en la misma pantalla todas las opciones.

Ambassador Tours incorpora servicios en Expomundo.com

Tras su lanzamiento el pasado mes de julio, Expomundo.com de Ambassador Tours estrena novedades. Así, además de las opciones de reserva de Solo Vuelo, Solo Hotel en más de 60 países, Vuelo + Hotel y Viajes, se ha incorporado la funcionalidad MixMaster. Esta nueva opción muestra en la misma pantalla las combinaciones optimizadas de vuelo y hotel según origen, destino y categoría de hotel seleccionados

desde un principio por el cliente, indicando las compañías aéreas que operan los diferentes vuelos.

La herramienta se completa con la incorporación del servicio de Alquiler de Coches. Se ofrecen las principales marcas como Avis, Hertz, Alamo, *brokers* como Holiday Autos, Sunny Cars y compañías locales de cada destino como Centauro, mostrando los mejores precios disponibles.

Servicios 'fees'

Problemas con los servicios fees

Pregunta.- Soy director de una agencia de viajes. En los últimos meses estoy observando que mis empleados sienten reticencias a la hora de aplicar los *services fees* y que mis clientes tampoco están conformes a la hora de pagarlas. Eliminar esta forma de retribución sería perjudicial para mi negocio. ¿Qué medidas puedo tomar para conseguir que tanto mis agentes como mis clientes se sientan más cómodos con los *service fees*?

Respuesta.- Como bien dices, el cobro del *service fee*, o cargo por emisión, es decir, la cantidad que la agencia cobra al cliente, bien se trate de un particular o de una empresa, por los servicios que le presta al margen del propio producto que ésta cobra (billetes de avión, habitación de hotel, etc.), está presentando problemas tanto a los empleados de las agencias como a los clientes, incluso en el punto de venta.

Por este motivo, en muchos mercados (EE UU, Alemania, Países Escandinavos, Bélgica, Francia, Reino Unido), el *service fee* está desapareciendo. Sin embargo, gran parte de las agencias de Europa Occidental, consideran esta reducción de ingresos por comisiones como una de sus mayores amenazas. De hecho, el 50% de las agencias de esta parte del mundo piensan que eliminar los *service fee* repercutirá en la disminución de sus ingresos.


Reducir los ingresos sin que esto tenga un efecto perjudicial debe estar acompañado de ciertas medidas, como la racionalización de las operaciones, el control de costes de personal y entrar en segmentos vacacionales distintos a los vuelos (cruceros, hoteles,...), donde las comisiones siguen siendo altas.

Ahora bien, se ha demostrado que el sistema retributivo de *service fees* ayuda a las agencias a aumentar sus ingresos y reduce los gastos derivados del recorte de las comisiones. Además, puede repercutir en la satisfacción del cliente, aumentar su fidelidad y satisfacción, pues recibirán un servicio de

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

calidad por el que están dispuestos a pagar. Los *fees* que se aplican suelen estar relacionados con el billete, emisión, precio, cancelación, pérdida, unidades vendidas, devoluciones, clase, etcétera.

Si deseas continuar con un modelo de negocio basado en un sistema de *service fee*, y evitar los problemas que la aplicación de los mismos en los empleados y los clientes, debes hacer énfasis tanto en la formación como en la información.

La formación debe estar dirigida a los agentes de viajes. A través de un sistema pautado de cursos conocerán de dónde provienen parte de los ingresos de las agencias y aprenderán a aplicar mejor los *services fees*. De este modo, se sentirán más cómodos cuando realicen este tipo de operaciones.

En cuanto a los clientes, es fundamental que estén informados del nuevo sistema retributivo y de las ventajas que disfrutarán a la hora de reservar con una agencia. Además, debes ofrecer al cliente lo que verdaderamente necesita. Con estas medidas, obtendrás una mayor adaptación por parte del cliente y un mayor grado de fidelización.

Agencia minorista

Seguros de viaje agencia minorista

Pregunta.- Tengo el proyecto de abrir una agencia de viajes, todavía estoy preparando todos los trámites necesarios para poner en marcha el negocio. Necesito infor-

jes que puede aportarte la solución adecuada para cada uno de los viajes que ofertas. Todos ellos los agrupamos en lo que denominamos Pack Plus, un conjunto versátil que incluye varios tipos de seguros, entre los que se encuentran:

El seguro Multiasistencia Plus, muy completo y pensado para todo tipo de viaje que se organice, que se puede contratar con cobertura de anulación o sin ella. Abarca un total de siete seguros en uno, contando con amplias coberturas en asistencia, equipajes, anulación, pérdida de servicios, demoras, accidentes y responsabilidad civil.

Para casos de presupuestos ajustados o viajes de corta duración, el Seguro Asistencia Basic será la solución ideal, pues ofrece las coberturas y los límites imprescindibles con un precio asequible.

Para los clientes que desean estar cubiertos en viajes y excursiones de un solo día, nada mejor que el Seguro de Asistencia Especial Radiales.

Para los viajes en grupo, el seguro de Asistencia con Actividades, apto para cualquier tipo de viaje en grupo (o individual), incluidos campamentos, viajes de estudios y con actividades de bajo riesgo.

El Seguro Multitravel Plus, con los capitales más altos del mercado español, como por ejemplo dos millones y medio de euros en gastos médicos. Especialmente diseñado para viajeros frecuentes, pues garantiza todos los viajes del año.

Para los viajes de esquí, el seguro Ski-Aventura Plus, el más completo. Cuenta con cuatro seguros en uno, y más de 25 coberturas, garantiza todos los deportes de invierno, así como los de aventura y actividades de riesgo. Cubre asistencia, gastos de anulación, reembolso de servicios no disfrutados y responsabilidad civil.

El seguro de Anulación Plus, te ayudará a adelantar las reservas en estos momentos de recesión económica, pues se contempla el despido del viajero, así como la incorporación a un nuevo puesto de trabajo, entre otras 28 causas.

A parte de todos estos productos, junto con el Pack Plus Intermundial ofrece a las agencias una forma de contratación rápida y sencilla, con diferentes herramientas de obtención de datos estadísticos y financieros, que les permiten llevar a las agencias de viajes, un control total sobre sus ventas de seguros.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es

 Intermundial
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros



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

Most r a d o r

Continental Airlines y Aeromar agrupan sus programas

Continental Airlines y Aeromar han acordado agrupar su programa de pasajeros frecuentes —convenio que comenzó el 30 de agosto— mediante el cual los miembros del programa OnePass podrán acumular y canjear millas en los vuelos operados por Aeromar. Además, los pasajeros internacionales de Continental de First y Business Class, los miembros del President's Club y los clientes Star Alliance Gold, podrán acceder al Salón Diamante de Aeromar en Ciudad de México.

✉ www.continental.com
 ✉ www.aeromar.com.mx

Catai diseña diferentes programas para conocer los destinos de 'Come, Reza, Ama'

Roma, la India y Bali se convierte en las protagonistas de los especiales 'paquetes' de la mayorista

Catai Tours, en colaboración con Sony Pictures, ha realizado una programación especial de viajes por los escenarios de la película 'Come, Reza, Ama'. Roma, India y Bali son los lugares elegidos por la protagonista.

Catai Tours ofrece conocer estos destinos con sendos itinerarios. Con 'Roma al completo', de seis días desde 1.054 euros, se propone un viaje con distintas experiencias gastronómicas y visitas a Nápoles y Pompeya. Para la India ha diseñado dos programas: 'Semana Mágica', de siete días desde 1.597 euros, y 'Triángulo Dorado', de 11 días desde 2.394 euros, imprescindibles para conocer Delhi, Agra y Jaipur.

En Bali, Catai dispone de dos 'paquetes': 'Vacaciones en Bali', de ocho días desde 1.395 euros, y 'De viaje por Bali', 12 días desde 1.861 euros. Y para los que quieran combinar los dos destinos más exóticos de esta película, India y Bali, Catai ofrece un combinado de 14 días de duración que permite visitar los más emblemáticos de estos dos destinos desde 3.005 euros.

✉ www.catai.es



Bali es una de las paradas de Julia Roberts en 'Come, Reza, Ama'.

Pullmantur dispone de itinerarios para este otoño en el Mediterráneo y en el Atlántico

Los cruceros Zenith y Empress serán los encargados de realizar las rutas

Para este otoño, Pullmantur consolida su oferta en el mar Mediterráneo y Atlántico y estrena dos itinerarios. Por un lado, diseñado para aquellos dispuestos a descubrir las antiguas civilizaciones, como explican desde la naviera, el crucero 'Tierra Santa y Egipto', de ocho días y siete noches, proporcionará unas vacaciones inolvidables por Egipto, Israel, Atenas, Chipre y Turquía. Con salidas en noviembre, este itinerario se opera con el barco Zenith con un precio desde 899 euros (tasas incluidas).

Por otro, para el que disponga de menos días, la crucerista propone una alternativa por el Atlántico,



El crucero Zenith realiza el itinerario 'Tierra Santa y Egipto'.

de cinco días y cuatro noches, con escalas en países tan atractivos como Portugal y Marruecos. En total, se realizarán 15 salidas que se

prolongarán hasta finales de noviembre en el buque Empress, desde 270 euros (tasas incluidas).

✉ www.pullmantur.es

British amplía las frecuencias entre Londres y Barcelona

British Airways ha decidido añadir una frecuencia diaria más a la ruta que une Barcelona y Londres. Este servicio adicional a la Terminal 3 de Heathrow ya está a la venta desde 175 euros ida/vuelta (gastos e impuestos incluidos), aunque la operación no se pondrá en marcha hasta el comienzo de la temporada de invierno, el próximo 31 de octubre.

Este nuevo vuelo saldrá de Barcelona a las 10:10 horas de la mañana, con una amplia oferta de horarios de regreso desde la capital británica. La salida de Heathrow se ha pensado para todos aquellos clientes que quieren llegar temprano a la ciudad condal, despegando a las 06:15 horas. Ambos



Los billetes ya están a la venta.

vuelos serán operados con un Airbus A320, que puede transportar alrededor de 170 pasajeros.

✉ www.britishairways.com



La nueva conexión contará con un vuelo diario.

Easyjet estrena ruta entre Barcelona y Lisboa a partir del 31 de octubre

EasyJet estrenará una ruta diaria entre Barcelona y Lisboa a partir del 31 de octubre. Los billetes ya están a la venta a un precio de salida de 17,99 euros. La conexión contará con un vuelo al día, y busca atraer tanto a pasajeros de negocios como

turistas, han explicado desde la compañía aérea, que ratifica su apuesta por volar a aeropuertos principales. Easyjet está presente en 119 aeropuertos europeos y prevé crecer un 10% este año.

✉ www.easyjet.com

Travel North propone conocer el norte de Australia a bordo del Chan

La ruta, de tres días de duración, recorre los lugares más emblemáticos

Travel North cuenta con una nueva promoción para realizar un tour por el norte australiano. A partir de 674 dólares australianos (467 euros aproximadamente), ofrece tres días de aventura en el Top End del Territorio del Norte de Australia a bordo del legendario tren Ghan. Durante el viaje se pasará por Nitmiluk Gorge, Katherine y por el espectacular Parque Nacional de Kakadu, patrimonio de la humanidad, antes de regresar a Darwin. Entre las actividades que ofrece el operador destaca un crucero de dos horas de duración que saldrá desde Nitmiluk Gorge.

✉ www.travelnorth.com.au



El Parque Nacional de Kakadu es patrimonio de la humanidad.

■ Club NEXOTUR

Husa Hoteles ofrece rebajas del 45% en varios establecimientos

El grupo Husa Hoteles lanza una promoción especial con un descuento del 45% para miembros del Club NEXOTUR. La oferta incluye los hoteles Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alar-

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 25**

de Algeciras. Las rebajas están sujetas a disponibilidad de los establecimientos requeridos. Para más información sobre la promoción del grupo hotelero puede llamar al siguiente número: 956 66 04 08.

■ Fam Trip



La Comunidad Valenciana se promociona como destino de cruceros.

Navieras en la Comunidad Valenciana

La Consejería de Turismo de la Comunidad Valenciana ha organizado un viaje de familiarización para representantes de las principales cruceristas del mundo. El objetivo de esta iniciativa, en la que han colaborado la Oficina Española de Turismo de Miami y la Autoridad Portuaria de Castellón es permitir a las navieras conocer de primera mano la oferta de la Comunidad.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 11 de octubre

Ana Vargas, Viajes Guadalquivir, Sevilla; Aída González, Viajes El Corte Inglés, Cuenca; Mónica López, Portugal Tours, Madrid; Maite Mañas, Central Peregrinaciones Asís, Madrid; Nadia Mena-ceur, Royal Tours, Madrid; Javier Aparisi, Viajes Marsans, Alcoy; María Varela Mallada, Viajes Valgijón, Gijón; Raquel García Ramos, Viajes Kasvall Tour, Madrid.

8 12 de octubre

Pilar Sanz, Viajes Dasa, Madrid; Pilar García, Viajes Open, Madrid; Antonio Olmedo, Viajes Boc, Algeciras; Antonia Huesa Martín, Movi-Tours, La Garriga; Pilar Cabeza Torres, Viajes Pinzón, Córdoba; Nuria Rodríguez, Viajes Halcón, Sevilla; Inés Cañellas, Halcón Viajes, Mahón; Joaquín Pedro Veiga, Viajes Minho, Pontevedra; Carolina Lerma Martín, Viajes Rural Tours, Valladolid; Eva Platero, Viajes Ruidera, Ciudad Real.

8 13 de octubre

Angel Cubillo, Viajes A Buen Puerto, Madrid; Otto Berger, Fun Touristik, San Agustín; Juan Sanz, Viajes Century, Barcelona; Emilio Domínguez, Amor Tours, Málaga; José Luis Méndez, Viajes Zafiro,

Madrid; José Martín, Viajes Guiana Tours, Ponferrada; Nuria González, Televiajes, Madrid; Nanda Climent, Viajes Elche Tour, Elche; Sergio Zamora, Viajes Pentágono, Casetas.

8 14 de octubre

Miguel Camba, Viajes Callao, Madrid; Choni Fernández, Viajes Olympia, Madrid; Miguel Camba, Viajes Callao, Madrid; José Domínguez, Okapi Tours, Zaragoza; Asunción Fernández, Viajes Olimpia Madrid, Madrid; Alba López, Viajes Cibeles, Madrid; Cristina Bonnet, Viajes Calvo, Mallorca; Esther Maceda, Viajes Imoha, Tres Cantos; Teresa Alvarez, Viajes Jet, Ponteareas; Amalia Pozo, Viajes Botafumeiro, Vigo; Maite Villanueva, Viajes El Corte Inglés, Zaragoza.

8 15 de octubre

Ana Juan Rodríguez, Turoeste, Badajoz; Purificación Sánchez López, Viajes Zeppelin, Madrid; Francisco Cabañas Sánchez, Viajes Cabaro Tours, Ávila; J. Antonio Cristin, Viajes Cristin, Ordenes; Jesús García Prieto, Viajes JG, Valladolid; Francisco Navarro, Viajes Dumpy, Valencia; Armando Bailo, Viajes Norte-Sur, Zaragoza; Ginesa Gómez García, Viajes Famacar, Lorca; Fernando Rial, Viajes Barco,

Cangas de Morrazo; Rafael Borobia, Viajes Arista, Madrid; Julia Prados Fernández, Viajes Informativo, Leganés; Mayte Muerza Ezquerro, Travel Rioja, Arnedo; Silvia Cantín, Viajes Tivoli, Zaragoza.

8 16 de octubre

Idoia Monje, Viajes Eroski, Santurce; José Luis Sierra, Viajes Ecuador, Madrid; Jesús Esteban Coll, Viajes Edisema, Tarragona; Henriette Pareto, Viajes Gis, Barcelona; José Ibañez, Viajes International Expreso, Barcelona; Isidoro González, Lizarra Express, Estella; Virginia Camacho, Viajes Galán Córdoba, Córdoba; Juan Martínez, Viajes Castulo, Linares; Jesús Esteban, Avui Viatges, El Vendrell; Eufemio Dios, Viajes Galan Tours, Mérida; Mar Pou, Viajes Savisa, La Junquera.

8 17 de octubre

Mayte Arrutia, Viajes Garoa, Irún; Mariana Gómez Calcerrada, Viajes Iguazú, Madrid; Leonor Soriano Maya, Viajes Levante, Valencia; Antonio Muñoz, Viajes BTC, Madrid; Ismael Fernández Muñoz, Viajes Ibermar, Madrid; Marga Ferrer, Central de Viajes, Barcelona; Fátima Camela, Anibal Tour, Badajoz; M^a Dolores Roca Cortes, Viatges Iltrida, Balaguer.

La información profesional no es un juego de niños

NEXOTUR ofrece, cada semana, la información más útil, rigurosa y comprometida con el Sector. Sin rumores, ni vida social o datos sin contrastar. Un instrumento de trabajo al servicio del agente de viajes emisor y en defensa de sus intereses.

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR
 ☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39
 DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid
 E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

NEXOTUR

De Profesional a Profesional



El Sheraton Salobre Golf Resort & Spa tiene seis salas de eventos.

El Sheraton Salobre destaca sus instalaciones para el sector MICE

El Sheraton Salobre Golf Resort & Spa "posee unas instalaciones idóneas para sus reuniones de negocio, grupos o incentivos junto con un amplio abanico de actividades como el golf", destacan desde el hotel. El resort tiene seis salones con capacidad máxima de 500 personas. Todas sus salas están provistas con luz natural, servicios audiovisuales, conexión a Internet, tanto wifi como por cable, asesoramiento profesional "que cuidará al milímetro cada detalle y el más exquisito servicio de catering", subrayan los responsables del hotel. Asimismo, han mencionado como atractivos para el Turismo de negocios, "la diversidad

geográfica y el buen clima de la isla" y las actividades complementarias como el golf, "una de las actividades por excelencia en Gran Canaria". El resort cuenta con dos campos de golf dentro de sus instalaciones, que cuentan con academia con clases para grupos de principiantes, putting green, pro shop y una casa club. "Todo un ambiente relajado y exclusivo que también posee un Aloe Spa, con una larga y variada carta de tratamientos, incluyendo tratamientos after golf". Sheraton Salobre Golf Resort & Spa cuenta con 313 habitaciones, siete piscinas exteriores climatizadas, tres restaurantes y cuatro bares. www.sheratonsalobre.com

Europcar se convierte en colaborador 'premium' de Air Berlin con su flota

Los pasajeros de la aerolínea disfrutarán de precios especiales en el alquiler de coches

A partir de ahora los pasajeros de Air Berlin podrán disfrutar de precios atractivos en el alquiler de un coche en Europcar. Tras el acuerdo firmado entre ambas, la compañía de rent a car se convierte en colaborador premium de la aerolínea alemana. Además, el alquiler de coche forma parte del proceso de reserva de vuelos.

Europcar y Air Berlin han llegado a un acuerdo mediante el cual la compañía de alquiler de coches se convierte en colaborador premium de la aerolínea con el objetivo de ofrecer una oferta de rent a car de calidad a los pasajeros de la compañía aérea alemana. Entre otras cosas, Europcar ofrecerá a los usuarios de Air Berlin precios atractivos.

Además, los alquileres de Europcar formarán parte del proceso de reservas de los vuelos de Air Berlin a través de micrositos diseñados conjuntamente y de fácil acceso en www.airberlin.com. Los centros de atención telefónica de compra de billetes de Air Berlin en Alemania transferirán las llamadas a los terminales de reservas de Europcar Alemania abiertos 24 horas al día los siete días de la semana.

Por otro lado, la compañía aérea alemana también promocionará productos y servicios de Europcar en los aeropuertos, en sus mostradores de check-in y venta de billetes,



Desde la web de Air Berlin hay un fácil acceso al microsite de Europcar.

así como en las puertas de embarque, revistas y televisión de a bordo. "Haber sido elegido 'colaborador premium' prueba nuestro buen trabajo y aporta ventajas tanto a nuestros clientes como a los dos socios. Europcar, desea dar la bienvenida a los clientes de Air Berlin en todas las oficinas de nuestra red", ha comentado el director de Ventas y Marketing Internacional de Europcar, Guirec Grand-Clément.

Por su parte, el director de Marketing de Air Berlin PLC, André Rahn, señala que "estamos encantados de estrechar nuestra relación con Europcar". "Además de ofrecer a nuestros clientes la mayor red de Europa de vehículos de alquiler, se ha incorporado la contratación de este servicio en el proceso de reserva de vuelos, simplificando el trámite necesario", concluye. www.airberlin.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 acontecimiento 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./Dª:
 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





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**

Hotelería

La ocupación aumenta un 5% en verano, mientras sigue el pesimismo del sector sobre la rentabilidad

La ocupación media es del 75%, con picos del 85%, y un resultado del 40% en el interior del país

La ocupación hotelera ha aumentado un 5% en el recién finalizado verano en comparación con el mismo periodo del año pasado, según la Con-

federación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). La organización empresarial ha calificado la temporada estival de "des-

igual", con un crecimiento en zonas representativas de costa, de entre el 3% y 6%, y un descenso en el interior.

La organización presidida por Juan Molas ha explicado que el incremento del 5% de la ocupación hotelera en la temporada de verano que acaba de terminar se ha debido al Turismo de 'sol y playa', la recuperación de los principales mercados, la fidelidad del cliente nacional y la flexibilidad de precios. A pesar de la mejora de las tasas de la ocupación, tanto éstas como los precios se sitúan "muy lejos" de los picos alcanzados entre 2007 y 2008, ha destacado Molas.

En lo que respecta a los datos concretos, la Confederación ha precisado que los principales destinos de 'sol y playa' del litoral mediterráneo y las islas Baleares y Canarias han registrado crecimientos de entre el 3% y el 6%, mientras que ciudades como Barcelona, San Sebastián o Madrid mejoraron sus datos. Andalucía, por su parte, ha mantenido los mismos porcentajes de 2009 y Galicia, impulsada por el Año Xacobeo, ha mejorado su ocupación en un 9%.

En cuanto a la oferta, los hoteles de tres estrellas han acaparado el 37%

de todas las pernoctaciones y su ocupación se ha mantenido con respecto a 2009, al igual que los establecimientos hoteleros de dos y una estrella. La ocupación en los de cuatro estrellas ha crecido "moderadamente" un 3%, mientras que la subida "más significativa", según CEHAT, se ha apreciado en los hoteles de cinco estrellas, con una mejora del 11%.

Además, la organización empresarial ha anunciado que, según una encuesta a las 64 asociaciones del sector, las perspectivas de rentabilidad para final de año son "aún negativas" para el 78% de los hoteleros, a pesar del "aumento evidente de la ocupación". Igualmente, casi un 50% de los hoteleros consultados prevé un retroceso de sus clientes españoles, mientras que la mayoría estima que se producirá un aumento de alemanes, ingleses y franceses. También pronostican un incremento de turistas de países nórdicos, un mercado que se ha recuperado gracias a "buenas promociones" y a los operadores TUI y Thomas Cook.



Los principales destinos de 'sol y playa' crecen entre el 3% y 6%.

Pese al incremento de la ocupación, el ajuste de precios y las ofertas de última hora "penalizaron claramente la rentabilidad del sector". De hecho, según las previsiones que maneja la Confederación, la ocupación se mantendrá, pero las expectativas de rentabilidad siguen a la baja para lo que queda del año 2010.

De cara a 2011, Molas espera que el comportamiento de los precios sea "algo mejor" debido a que estima que repunte el segmento corporativo, ya que se ha producido una tibia mejora

del consumo. No obstante, según ha destacado el presidente de CEHAT, "los precios sólo se recuperan cuando se recupera la demanda". Molas ha mostrado en la presentación de los resultados una gran "preocupación" por los destinos del interior, ya que en los últimos años se habían consolidado como motor económico de algunas regiones que viven principalmente de agricultura y ganadería, por lo que recomienda la adopción de "medidas urgentes" para la creación de productos turísticos "alternativos".

Amadeus vende a SoftBrands su división de sistemas de gestión hotelera

Amadeus ha vendido a la firma americana SoftBrands, filial de Infor y proveedor de *software* para la mediana empresa y filial, su división de sistemas tecnológicos de gestión de propiedades hoteleras (PMS, por sus siglas en inglés), según anunciaron ambas compañías. Con esta adquisición, cuyo monto no ha trascendido, SoftBrands se convierte en el segundo mayor suministrador de *software* de hostelería del mundo dando servicio a más de 9.700 propiedades en América, Europa, Oriente Medio y Asia-Pacífico.

SoftBrands dará así soporte y mantenimiento a todas las aplicaciones de la división PMS de Amadeus, a la vez que tendrá acceso a toda una serie de aplicaciones complementarias y de última tecnología, destacó la compañía, ofreciendo un "potente *software* global". Con la venta de su sistema PMS, enfocado a la gestión de pequeños establecimientos y hoteles independientes y enmarcado en su división TI para hoteles, Amadeus se centrará ahora en las cadenas grandes y medianas, denominada Hotel Platform.

"La venta por parte de Amadeus de su negocio de sistemas de gestión hotelera permitirá focalizar sus

esfuerzos en el suministro de una plataforma tecnológica integrada para cadenas hoteleras grandes y medianas", señaló el vicepresidente de Global Customer IT Solutions de Amadeus, Claude Giamferri. Al respecto, el proveedor tecnológico de servicios turísticos asegura que seguirá apostando "decididamente por satisfacer las necesidades de todos los tipos de hoteles en el ámbito de la distribución —a través de GDS, la representación hotelera— y los sistemas de gestión de ingresos (RMS).

La división PMS de Amadeus, con sede en París, cuenta con más de 4.200 clientes en Europa y en mercados emergentes, lo que proporcionar a SoftBrands, que opera fundamentalmente en América y Asia-Pacífico, una cobertura geográfica complementaria. El actual director general de la división PMS de Amadeus, Bruno des Fontaines, se unirá a la dirección de SoftBrands con responsabilidades en las operaciones y ventas regionales, mientras que al frente de SoftBrands continuará Tracy Flynn como director general. La filial de Infor ofrece entre otras funcionalidades la gestión de huéspedes, habitaciones, tarifas, reservas y distribuciones, con una base de datos única.

Las reservas en los hoteles de tres y cuatro estrellas aumentan un 20%

Las reservas en los hoteles de tres y cuatro estrellas se han incrementado un 20% en agosto en comparación con el mismo mes del año anterior, mientras que en los establecimientos de dos estrellas se han reducido un 10%, según el análisis de Hotel.info. El porcentaje de reservas en la categoría de dos estrellas en agosto ha sido del 14,5%, mientras que los de tres y cuatro estrellas supusieron el 75% del total.

Este "síntoma de recuperación económica" también se aprecia entre los turistas internacionales, quienes incrementaron un 19% sus reservas en los hoteles de tercera y cuarta categoría (el 82% del total). Durante este verano, la tendencia a las reservas ha estado marcada por la diversificación de los destinos elegidos por los viajeros nacionales, pues el Turismo emisor "ya no se concentra tanto en las grandes ciudades españolas y europeas, sino que se reparte". De este modo, a destinos tradicionales como Barcelona, Madrid, París o Roma se unen también otras localidades españolas, como La Coruña, Gijón o Bilbao, así como del resto de Europa, como es el caso de Berlín, Bratislava, Oporto o Colonia.



El Turismo emisor se reparte.

Desde el punto de vista del Turismo receptor también se aprecia cierta diversificación hacia destinos como Bilbao, Santiago de Compostela o Burgos, aunque los turistas internacionales siguen optando por Barcelona (20%) y Madrid (11%) como destinos principales, así como por hoteles en destinos de costa. Entre los usuarios internacionales de Hotel.info alojados en España, más de la mitad procedían de Alemania (57%), seguidos de franceses (13%), italianos (4,6%), ingleses (4,1%) y rusos (2,1%).

Producto

Hotusa Hotels incorpora 217 nuevos hoteles entre los meses de enero y junio

Hotusa Hotels ha ampliado su portafolio en 217 establecimientos asociados durante la primera mitad del año. Entre ellos se encuentran los 31 hoteles que la cadena ha incorporado en junio, 24 de los cuales se encuentran fuera de nuestras fronteras. La hotelera presidida por Amancio López ha destacado que, de las incorporaciones del mes pasado, destacan las que se han producido en destinos como Francia (5) y el Reino Unido (4), en Europa o Perú (3) y en América.

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

Sheraton ampliará su cartera en 50 nuevos hoteles durante los próximos tres años, con una inversión total de 2.913 millones de euros. Las incorporaciones se efectuarán en 15 países y tendrán especial relevancia las operaciones en China, donde se abrirán 28 nuevos establecimientos. La expansión incluirá hoteles en Colombia, India, Rusia, Eslovaquia, Taiwán, Vietnam y EE UU, donde se abrirán dos en los barrios neoyorquinos de Brooklyn y Manhattan.

ReviewPro incluye en su portfolio 15 países con más de 600 clientes

ReviewPro ha ampliado su zona geográfica para cubrir 15 países, tras una "rápida expansión" durante el último trimestre en el mercado español, que le ha permitido incrementar su cartera hasta más de 600 clientes. La proveedora de herramientas de gestión de la reputación *online* y redes sociales para el sector ha explicado que, además de en España y Andorra, está ya presente en otros 13 países. Su consejero delegado, R.J. Friedlander, asegura que los resultados que están obteniendo sus clientes son "excepcionales".

Grand Palladium Riviera MayadeFiestaHotel recibe un premio a la sostenibilidad

El programa mundial de desarrollo sostenible Travelife TUI ha concedido el nivel Oro a los *resorts* Grand Palladium Riviera Maya de Fiesta Hotel por su "excelencia" en su línea de actuación medioambiental. La cadena ha explicado que los *resorts* se han caracterizado desde sus inicios "por su línea sostenible".

Las ofertas y la reducción del presupuesto provocan una caída del 17% en el gasto de los clientes

Los hoteles más reservados este verano han sido los de tres estrellas, según Buscadeslinos.com

El gasto medio de los clientes españoles en los establecimientos hoteleros ha descendido un 17% en los meses de junio, julio y agosto, de-

bido al "dinamismo" del sector hotelero en ofertas, promociones y rebajas de precios y a la "reducción en prestaciones" por parte de los

huéspedes, tal y como se recoge en las conclusiones de la 'Radiografía del veraneante 2010' elaborada por Buscadeslinos.com.

Mientras que en 2009 los hoteles de cuatro estrellas fueron los que más reservas registraban, en 2010 se ha invertido esta tendencia, con un incremento del 10% en los alojamientos de tres estrellas, lo que los convierte en los que más reservas acumularon, según el informe elaborado por Buscadeslinos.com. Además, se ha producido un "vuelco" en los regímenes de pensión respecto a los datos del año pasado y la tendencia general ha sido reservar la estancia sin el desayuno, con un descenso del 4,5% en las reservas que incluyen este servicio.

También ha bajado el número de noches que contratan los clientes, con una media de dos noches en comparación con las tres del verano de 2009. En lo que se refiere a los destinos preferidos por los viajeros, se han producido "pocas sorpresas y variaciones", ya que

los clientes siguen buscando localidades soleadas en las costas españolas y portuguesas.

Esta lista la encabeza la Costa del Sol, seguida de cerca por la Costa Blanca, el Algarve y la Costa de Almería, mientras que en el norte de la Península los destinos preferidos son las Rías Baixas, seguidas de Cantabria, Asturias y la comarca de As Beiras en Portugal.

Por municipios, "no sorprende ver que el destino más reservado es, por segundo año consecutivo, Benidorm", según el 'portal', ya que cuenta con una "amplia oferta hotelera, buen clima y vocación de servicio", lo que convierte a esta ciudad en "líder indiscutible año tras año". Le siguen Roquetas de Mar, Lloret de Mar y Albufeira, entre otras.

En definitiva, el verano de 2010 ha registrado unas "buenas cifras de ocupación" con una disminución "relati-



Benidorm sigue siendo el lugar preferido para los clientes españoles.

va" del gasto por noche en destino, eligiendo el viajero hoteles de menor categoría, un número inferior de noches y renunciando a servicios como el desayuno. Sin embargo, los datos absolutos muestran un aumento "con-

siderable" de las reservas con respecto al año anterior, debido al mayor número de ofertas, promociones y descuentos especiales que han hecho los alojamientos y los operadores turísticos para intentar maximizar la ocupación.

Los hoteleros asturianos se muestran 'muy preocupados' por la baja rentabilidad

Los empresarios creen que subirá el precio para repercutir el IVA en el consumidor

La Mesa de Turismo de la Federación Asturiana de Empresarios (FADE) ha señalado que los resultados de la temporada de verano han sido "mejores de lo

esperado", con una ocupación "sólo un 2% inferior a la de 2009, pero se han mostrado "muy preocupados" por la baja rentabilidad que obtienen las empresas.

El presidente del subsector hotelero de la Mesa, Javier Álvarez, ha apuntado que el baremo de ocupación ha sido "razonable" debido al buen tiempo y a las "atractivas" ofertas. Ha destacado, además, que la oferta turística asturiana "sigue siendo de las más competitivas de la cornisa cantábrica". Sin embargo, la rentabilidad de las empresas no es satisfactoria por diferentes cuestiones, como la subida del IVA, que la asumieron los

empresarios "a pesar de las recomendaciones de la FADE", según Álvarez. "Se trata de una subida que ha venido en muy mal momento y que, unida a los descuentos y ofertas del Sector para paliar la crisis, ha supuesto que la rentabilidad de las empresas baje cada vez más, lo que nos preocupa mucho", ha añadido.

Además, a esta subida impositiva hay que añadir la subida de los salarios del personal que se pactó en la

negociación colectiva y el "fuerte incremento" de los costes energéticos.

Por ello, tanto Álvarez, como el presidente de Hostelería de Asturias, José Almeida, han pronosticado una subida de los precios ante la necesidad de hacer repercutir la subida del IVA en el consumidor de cara al próximo año. Por último, la Mesa de Turismo ha reclamado "un año más" que se terminen las principales infraestructuras de la región que están inacabadas.

Hostemur cree que el verano ha sido 'atípico e inestable', con una ocupación del 70%

La amenaza de huelga de los controladores provocó una caída de las llegadas

La Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo (Hostemur) ha calificado como "atípica e inestable" la campaña turística de verano en la Región de

Murcia y ha informado de que en el mes de agosto los establecimientos hoteleros de la Costa Cálida registraron una ocupación del 70%.

La presidenta de la asociación empresarial, Soledad Díaz, ha señalado que, teniendo en cuenta estas cifras, el sector "ha salvado el verano" y ha precisado que los datos de este año experimentaron un "ligero repunte" respecto a 2009. Lo mismo ha ocurrido con la rentabilidad hotelera, que ha mejorado ligeramente después de haber "tocado fondo" el año pasado.

Los datos que maneja Hostemur muestran que los establecimientos

hoteleros del Mar Menor, Mazarrón y Águilas registraron una ocupación del 70% en agosto, "apenas dos puntos porcentuales más que en 2009 (68,7%)". En cuanto a la ocupación en las principales ciudades, en Cartagena se consiguieron porcentajes superiores al 40%, mientras que en Lorca y Murcia estos valores fueron del 35,1% y 23,9%, respectivamente.

Además, la asociación murciana ha apuntado que, igual que en tempora-

das anteriores, el segmento con mejores resultados ha sido el Turismo de salud, con una ocupación de más del 80%. En cuanto a los datos de Turismo rural, los alojamientos del interior de la Región han registrado una ocupación del 20,3% en agosto, mientras que los campings alcanzaron una media del 55%, aunque algunos establecimientos "apenas llegaron al 50% en los meses de verano debido al temporal", tal y como ha precisado Díaz.

■ Producto

Accor abre en Málaga el primer hotel de bajo coste de su marca Etap en España

Accor ha abierto en Málaga el primer hotel de bajo coste de la marca Etap, que cuenta con 125 habitaciones y ofrece un "nuevo concepto de alojamiento económico". Accor dispone de otros cuatro establecimientos en la ciudad y en ella tiene previsto abrir su primer Suite Novotel de España. El hotel se dirige a un cliente mayoritariamente internacional que conoce estos establecimientos, ya que en Europa hay más de 380 Etap en países como Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Holanda o Suiza.

Asur abre sus dos primeros hoteles en Andalucía, en Islantilla y La Línea

Asur Hoteles ha inaugurado sus dos primeros hoteles, ambos de cuatro estrellas: el Asur Islantilla Suites & Spa en Islantilla (Huelva) con 298 suites y el Asur Campo de Gibraltar en La Línea de la Concepción (Cádiz) con 225 habitaciones. Asur Hoteles está formada por "profesionales con amplias trayectorias en el Sector Turístico nacional e internacional", lo que le otorga a la cadena "solidez y dinamismo", como ha destacado la cadena. Las características comunes de los hoteles son "magnífica ubicación, comodidades para el cliente vacacional o empresa y su gran oferta en servicios".

La Casa de Orellana abre sus puertas en Trujillo para ofrecer un Turismo cultural

La Casa de Orellana en Trujillo (Cáceres), ha abierto sus puertas en la que fue casa natal del descubridor del Amazonas. Se trata de un establecimiento para los clientes que buscan un "Turismo cultural de calidad". El hotel está situado en el barrio nobiliario de Trujillo, en el recinto amurallado y próximo a la Iglesia de Santa María La Mayor de La Asunción. Dispone de cinco habitaciones "exclusivas", una de ellas individual y cuatro dobles, con "todas las comodidades, pero sin perder la esencia de su pasado legendario".

Abba Playa de Gijón presenta su sistema de recarga de vehículos

Abba Hoteles habilitará en su establecimiento de Gijón (Asturias) puntos de recarga de vehículos eléctricos compatibles con todas las marcas y fabricantes. Con esta nueva iniciativa, el alojamiento será el primero de la ciudad en ofrecer este tipo de servicio. La cadena ha explicado que el hotel permitirá que, a través de estos puntos, se puedan recargar todo tipo de vehículos, desde coches, motos, bicicletas eléctricas o segway.

La Fundación CEHAT entra en Incorpora de La Caixa

La Fundación de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) se ha adherido a Incorpora, el programa de integración laboral impulsado por La Caixa. Así se impulsarán acciones de formación e inserción, mediante la creación de una bolsa de trabajo especializada en el sector hotelero y se diseñarán campañas de sensibilización e información.

La iniciativa se dirige a jóvenes en riesgo de exclusión con dificultades para encontrar su primer empleo, parados de larga duración, mujeres víctimas de la violencia sexista, inmigrantes y a personas afectadas por alguna discapacidad física, psíquica o sensorial, entre otros colectivos. Desde que se puso en marcha en 2006, Incorpora ha facilitado la inserción de más de 31.000 personas en situación de vulnerabilidad gracias a la colaboración de 245 entidades sociales y 11.716 empresas de toda España.

Al respecto, el presidente de CEHAT, Juan Molas, ha precisado que la Fundación actuará como "puente" entre las entidades sociales vinculadas a Incorpora y el sector hotelero, de tal forma que informará a estas asociaciones sobre qué perfiles formar y cómo y sobre qué puestos de trabajo demanda el Sector, "lo que se concretará en la elaboración de planes de carrera para las personas en riesgo o situación de exclusión".

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 y 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 dos habitaciones y tres noches de estancia. Válido en hoteles españoles y portugueses. Sujeta a disponibilidad.	31-12-2010	Dpto. de Reserva de cada hotel	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
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902 90 97 37 Ext. 415 rpalacios@intermundial.es

La nueva página 'web' de Eurovolta está dedicada a viajes de grupos

Eurovolta presenta una nueva *web* muy diferente de la anterior, ajustada a la programación actual de la empresa dirigida exclusivamente a la gestión de grupos. Por el momento, incluye muy poca información y no contempla la gestión de reservas.



www.eurovolta.com

La agencia mayorista Eurovolta ha modificado su presencia en Internet para adaptarla a una programación dedicada ahora exclusivamente a los viajes de grupos. En ella incluye la relación de algunas sugerencias sobre posibles viajes, aunque con muy poca información sobre sólo una parte de ellas, mediante la visualización de la oferta en PDF que envía a las agencias. También incluye una información muy limitada de la empresa y algo más amplia sobre temas de interés para el viajero, todo ello manteniendo únicamente la versión en castellano.

INFORMACIÓN

Presenta en la primera pantalla relaciones de programas recomendados por tipo y desde ella también se puede acceder a algunos viajes en las áreas de cotización de programas y de grupos, pero sólo en una parte de ellos ofrece una información en PDF.

RESERVA

No dispone de sistema de reservas ni de cotización *online*, ni incluye ningún formulario para su solicitud. Únicamente ofrece la información de contacto para clientes, agencias de viajes y clientes con seguro de viaje. También ofrece un correo para proveedores.

GENERAL

Sobre la empresa sólo ofrece las formas de contacto con Eurovolta y las condiciones del contrato de viajes combinados. En el área de información al viajero incluye el cambio de moneda, diferencias horarias, documentación, visados y otra información de interés.

▲ Lo Mejor / Claridad

La página informa claramente de que Eurovolta ha pasado a comercializar únicamente viajes de grupos.

▼ Lo Peor / Contenido

Ofrece únicamente la relación de algunos programas por tipo y periodo, con una información muy limitada de algunos.

EUROVOLTA / Mayorista

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque la programación de grupos que ofrece Eurovolta puede ser de interés para las agencias de viajes, su página actual no les resulta de utilidad, ya que no incluye una información adecuada ni ninguna posibilidad de gestión, excepto sus formas de contacto.

3,8



Entrada / La versión actual informa sobre su dedicación exclusiva a la gestión de grupos e informa sobre los recomendados.



Producto / Incluye una relación muy limitada de los viajes recomendados y, sólo en algunos casos, su descripción en PDF.



Reserva / No dispone de gestión ni formulario de reservas, sólo ofrece sus formas de contacto para clientes y proveedores.

Beachcomber presenta 'online' sus hoteles en las Mauricio y Seychelles

Beachcomber Hotels presenta en su página en Internet una completa información sobre sus hoteles vacacionales situados en las islas del Índico. Incluye un área específica dedicada a los profesionales de Turismo, pero no contempla la reserva *online*.



www.beachcomber-hotels.com

La cadena **Beachcomber**, que ofrece ocho hoteles de vacaciones en Isla Mauricio y otro en las islas Seychelles, ofrece en su *web* una completa información de sus establecimientos, incluyendo áreas para la programación de grupos y una página especial dedicada a los profesionales de Turismo registrados, aunque no contempla la gestión *online* de reservas. Por otro lado, mientras la zona B2B dispone únicamente de versión en inglés, en la página principal ofrece versiones en castellano, inglés, francés, alemán, italiano y ruso.

INFORMACIÓN

Accediendo desde diferentes puntos, presenta en varias pantallas una descripción muy completa de cada hotel, sus habitaciones, tarifas y todos sus servicios de restauración, spa, golf y actividades infantiles, así como sus ofertas y una amplia galería de fotos.

RESERVA

Aunque ofrece a los profesionales de Turismo una zona B2B con una completa información sobre la cadena, sus establecimientos y sus políticas comerciales, sólo incluye un formulario para solicitar reservas, en el que no existe ninguna referencia a las agencias.

GENERAL

Dispone de un área de información corporativa, incluyendo los informes financieros, nuevos proyectos, ofertas, noticias y novedades. También ofrece información sobre sus dos destinos y dedica un área a sus servicios para la organización de grupos y viajes de incentivos.

▲ Lo Mejor / Área B2B

Dedica un área específica a las agencias de viajes registradas con información específica para profesionales.

▼ Lo Peor / Gestión Reservas

No contempla la reserva *online*, ofreciendo únicamente un formulario de solicitud que no contempla a las agencias.

BEACHCOMBER / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de la cadena Beachcomber ofrece un producto de interés aunque muy específico y presenta un área dedicada exclusivamente a los profesionales de Turismo, pero su utilidad es limitada ya que no contempla la gestión *online* de reservas de sus hoteles.

6,4



Entrada / Presenta varias formas de acceso a sus hoteles, a la información sobre sus destinos y a la información corporativa.



Producto / Ofrece una completa descripción de cada hotel, sus características y tarifas, en varias pantallas.



Reserva / Aunque incluye una amplia área B2B a los profesionales de Turismo, para reservar sólo dispone de un formulario.

Hoteles, coches y 'paquetes' en la nueva página de Air Europa en Red

La nueva web de Air Europa, manteniendo las características de calidad y facilidad de uso para viajeros y agentes de viajes, ha ampliado su información e incluido la posibilidad de reservar también hoteles, coches y 'paquetes' de avión, hotel y traslados.



www.aireuropa.com

AirEuropa ha actualizado su 'sitio' en Internet, ampliándolo con nueva información, versiones en otros idiomas y añadiendo la gestión de reservas de alojamientos y coches en todo el mundo y de 'paquetes' vacacionales que incluyen sus vuelos, así como el hotel y los traslados en el destino. Sigue siendo una página bien diseñada y mantiene un área específica de gestión para las agencias de viajes registradas en el sistema. La versión actual presenta versiones para varios países en castellano, catalán, inglés, francés, italiano y portugués.

INFORMACIÓN

Ofrece una completa información de sus servicios y una guía del viajero que, entre otros temas de interés, incluye un conjunto de mapas activos de sus vuelos, la posibilidad de consultar la situación de los vuelos del día y sobre sus servicios para móviles.

RESERVA

A su completo sistema de reservas de vuelos ha añadido la de hoteles y coches en todo el mundo y 'paquetes' de vuelo, hotel y traslados, aunque en este caso en ninguna de las pruebas realizadas se ha encontrado disponibilidad. Mantiene el área de gestión para agencias.

GENERAL

Presenta una completa información corporativa sobre el Grupo Globalia y Air Europa, su historia, flota y las compañías asociadas. También describe las ventajas del programa de fidelización FlyingBlue compartido con otras compañías aéreas.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Ofrece una completa gama de productos, de fácil gestión tanto para el cliente final como para los agentes de viajes.

▼ Lo Peor / Paquetes

Aunque ofrece la reserva de 'paquetes' vacacionales, en nuestras pruebas no hemos encontrado ninguna disponibilidad.

AIR EUROPA / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Air Europa ofrece a los profesionales de Turismo una completa herramienta en Internet, que les permite gestionar muy fácilmente tanto sus vuelos como hoteles, coches de alquiler y 'paquetes' vacacionales en un sistema bien diseñado y amigable.

9.2



Entrada / La nueva versión ofrece también la reserva de hoteles, coches, 'paquetes' vacacionales y un área para empresas.



Producto / Ofrece un amplio conjunto de información de sus servicios y de ayuda al pasajero, incluyendo mapas de sus vuelos.



Reserva / A su gestión de reservas, que mantiene el área para las agencias, ha añadido hoteles, coches y 'paquetes'.

El 'sitio' oficial de Turismo de Nueva York aporta cualquier información

Nueva York ofrece una completa página oficial sobre información turística en la ciudad, que contempla cualquier tema de interés para un viajero, añadiendo los enlaces con la web de cada sitio incluido, pero todo ello con una presentación muy mejorable.



www.nycgo.com

La página oficial de Turismo en Nueva York ofrece la posibilidad de consultar un amplio conjunto de información sobre cualquier tema de interés en la ciudad, ofreciendo para cualquier tipo de recurso un buscador paramétrico, una relación de alternativas y una descripción limitada del seleccionado, aunque ofreciendo en la mayoría de los temas el enlace con su web. Se trata de una página muy completa pero poco amigable, que se presenta únicamente en inglés e incluye el traductor de Google para otros idiomas, aunque resulta muy poco útil.

INFORMACIÓN

Ofrece un amplio conjunto de información sobre cualquier tema de interés para un viajero en la ciudad, que se pueden seleccionar por tipo, zona y periodo. En todos los casos ofrece una relación, una descripción reducida del seleccionado y el enlace con su página.

RESERVA

Permite consultar transportes, restaurantes, bares y espectáculos e incluye un área dedicada a los alojamientos en la ciudad, que se pueden consultar por varios parámetros. Presenta una descripción limitada del hotel y el enlace con su web para gestionar reservas.

GENERAL

La página también incluye una completa ayuda para planificar la visita y múltiple información sobre actividades, espectáculos y eventos recomendados, en el que se incluye un sistema de reservas online de restaurantes, válido únicamente para un periodo.

▲ Lo Mejor / Completo

Es un sistema muy completo de información sobre cualquier tema de interés para un viajero en Nueva York.

▼ Lo Peor / Presentación

El formato de las pantallas es muy mejorable y la primera página presenta una estructura muy poco amigable.

NEW YORK / 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 OTRO PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTION DE TRANSPORTES									
4	GESTION DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Además de la completa relación de temas de interés turístico, la página oficial de Nueva York ofrece a las agencias de viajes un área especial dedicada a la información específica para la organización de todo tipo de eventos en la ciudad y su oferta de servicios en destino.

7.0



Entrada / Presenta una pantalla complicada con el acceso a sus distintas áreas y noticias, temas destacados y otros temas.



Producto / Se accede a todos los temas de interés por tipo y zona. Presenta una relación y la descripción del seleccionado.



Reserva / Permite consultar sus transportes y alojamientos, con una pequeña descripción y el enlace con su web.

Indicadores

EL PULSO

Inicio de verano positivo

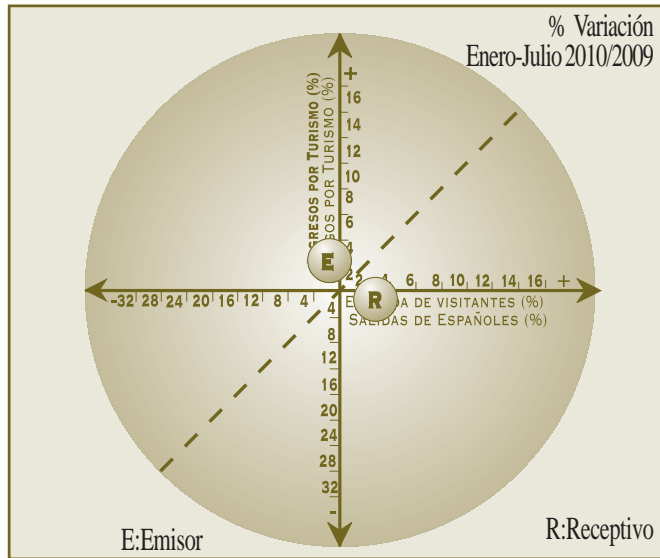
INTERESANTES DATOS LOS de la Balanza de Pagos Turística de julio, según el Banco de España. Interesantes porque, ya hablando de temporada alta vinieron a corroborar la ligera recuperación que viene registrando el Sector en su conjunto a lo largo del año. Sin embargo, no fueron homogéneas en Receptivo y Emisor. Mientras el primero registró un alza considerable en el mes de julio y moderada en el conjunto del año, lo que indica una



JOSÉ ARQUERO

aceleración, o una mayor estacionalidad, en el caso del Emisor, el alza fue mayor en la suma de los siete primeros meses que en el último considerado, y en ambos casos bastante escasa. Lo que indica es que si bien la actividad se va recuperando internacionalmente, a escala nacional no ocurre lo mismo. El mayor incremento de julio en el Emisor podría corresponder a una ralentización del avance, o a una mayor desestacionalización, al buscar los consumidores precios más ajustados. Ojalá que sea ésta la razón.

SITUACION RECEPTIVO Y EMISOR



INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

POR FIN PARECE que el gasto turístico comienza a arrancar tímidamente, no sólo en el dato general que era de esperar con el incremento de visitantes, sino también promediado por día y turista, todo ello con los datos de agosto, que también trajeron incrementos moderados pero indudables en el grado de ocupación hotelera y número de per-

noctaciones registradas. Todo ello parece confirmar una tímida recuperación en países del entorno, principalmente en los emisores más importantes, aunque por parte de ellos no se aprecia un incremento en el número de visitantes, más bien al contrario, pues alemanes y británicos bajan su participación, creciendo en cambio la de franceses e italianos y otros europeos.

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

Guía NEXOTUR de Divisas del Mundo

PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio	PAIS	Divisa	Cambio
AFGANISTAN	Afgani	60,31	DINAMARCA	Corona	7,45	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,27
ALBANIA	Lek	138,53	DJIBOUTI	Franco	241,60	LIBANO	Libra	2.062,66	RUSIA	Rublo	41,88
ANGOLA	Kwanza	126,20	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,71	LIBERIA	Dólar	98,97	SALOMON	Dólar	10,85
ANT. NEERL.	Guilder	2,46	ECUADOR	Dólar	34.366,30	LIBIA	Dinar	1,70	SAMOA OCC.	Tala	3,34
ANTIGUA	Caribe	3,71	EEUU	Dólar	1,37	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,71
ARABIA SAUDI	Rial	5,16	EGIPTO	Libra	7,83	MACAO	Pataca	10,99	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,71
ARGELIA	Dinar	101,75	EL SALVADOR	Colón	12,02	MACEDONIA	Denar	61,62	SANTA HELENA	Libra	0,87
ARGENTINA	Peso	5,45	ERITREA	Nakfa	20,62	MADAGASCAR	Ariary	2.783,67	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,71
ARMENIA	Dram	494,87	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,24	SAO TOME	Dobra	24.523,80
ARUBA	Florin	2,46	ETIOPIA	Birr	22,64	MALAWI	Kwacha	207,26	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,42	FIJI	Dólar Fiji	2,57	MALDIVAS	Rupia	17,60	SERBIA	Dinar	106,31
AZERBAIJAN	Manat	1,10	FILIPINAS	Peso	60,32	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	17,00
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,37	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,87	SIERRA LEONA	Leone	5.610,09
BAHRAIN	Dinar	0,52	GAMBIA	Dalasi	36,43	MARRUECOS	Dirham	11,25	SINGAPUR	Dólar	1,80
BANGLADESH	Taka	95,44	GEORGIA	Lari	2,48	MAURICIO	Rupia	41,10	SIRIA	Libra	63,51
BARBADOS	Dólar Barbados	2,75	GHANA	Cedi	1,96	MAURITANIA	Ouguiya	394,53	SOMALIA	Shilling	2.130,71
BELIZE	Dólar Belize	2,68	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,71	MEXICO	Peso	17,26	SRI LANKA	Rupia	153,69
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,37	MOLDAVIA	Leu	16,34	SUAZILANDIA	Lijangeni	9,53
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,37	GUATEMALA	Quetzal	11,19	MONGOLIA	Tugrik	1.811,79	SUDAFRICA	Rand	9,53
BHUTAN	Ngultrum	61,14	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,26
BIELORRUSIA	Rublo	4.139,07	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTserrat	Dólar	3,71	SUECIA	Corona	9,24
BOLIVIA	Boliviano	9,65	GUINEA ECUAT.	Franco	9.691,32	MOZAMBIQUE	Metical	49,83	SUIZA	Franco	1,34
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	279,04	MYANMAR	Kyat	8,81	SURINAM	Dólar	3,77
BOTSWANA	Pula	9,07	HAITI	Gourde	54,64	NAMIBIA	Rand	9,53	TAILANDIA	Baht	41,53
BRASIL	Real	2,32	HONDURAS	Lempira	25,97	NAURU	Dólar	1,42	TAIWAN	Dólar	42,74
BRUNEI	Dólar Brunei	1,80	HONG-KONG	Dólar	10,67	NEPAL	Rupia	97,82	TAJIKISTAN	Somoni	6,02
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	273,75	NICARAGUA	Gold	29,72	TANZANIA	Shilling	2.048,23
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	61,14	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.692,06	INDONESIA	Rupia	12.265,30	NIGERIA	Naira	212,52	TONGA	Pa'anga	2,60
CABO VERDE	Escudo	112,45	IRAN	Rial	14.076,40	NORUEGA	Corona	8,05	TRINIDAD	Dólar	8,69
CAMBOYA	Rial	5.795,52	IRAQ	Dinar	1.602,98	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,85	TUNEZ	Dinar	1,94
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,13	OMAN	Rial	0,53	TURKMENISTAN	Manat	19.540,60
CANADA	Dólar Canada	1,41	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,37	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,37
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,37	PAKISTAN	Rupia	118,56	TURQUIA	Lira	1,99
CHILE	Peso	660,73	ISLANDIA	Corona	154,67	PANAMA	Balboa	1,37	TUVALU	Dólar Australiano	0,71
CHINA	Yuan (o)	9,20	ISRAEL	Shekel	5,00	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,62	U.E.A.	Dirham	5,05
COLOMBIA	Peso	2.467,36	JAMAICA	Dólar	117,71	PARAGUAY	Guaraní	6.687,68	UCRANIA	Hryvnia	10,91
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	114,49	PERU	Nuevo Sol	3,83	UGANDA	Shilling	3.083,34
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,97	POLONIA	Zloty	3,94	URUGUAY	Peso	27,84
CONGO (R.D.)	Franco	1.238,25	KAZAKHSTAN	Tenge	202,93	PUERTO RICO	Dólar USA	1,37	UZBEKISTAN	Sum	2.227,21
COREA NORTE	Won	1,79	KENYA	Shilling	111,00	QATAR	Rial	5,00	VANUATU	Vatu	133,76
COREA SUR	Won	1.553,97	KIRGUISISTAN	Som	64,40	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,90
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,42	R. DOMINICANA	Peso	51,00	VIETNAM	Dong	26.791,90
COSTA RICA	Colón	701,42	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,87	YEMEN	Rial	295,00
CROACIA	Kuna	7,30	LAOS	Kip Pot Po	11.107,20	REP. CHECA	Corona	24,48	ZAMBIA	Kwacha	6.584,58
CUBA	Peso Cubano (o)	1,37	LESOTHO	Maluti	9,53	RUANDA	Franco	809,81	ZIMBABUE	Dólar	520,17

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	Comentarios
Ingresos por turismo	Enero-Julio 2010	21.560M	+1,6% (anual)	Crecimiento en temproada
Pagos por turismo	Enero-Julio 2010	6.660M	+2,7% (anual)	Buen comportamiento estival
Gasto por turista	Julio 2010	911 euros	-0,7% (anual)	Contención por estancia más corta
IPC / Turismo y Hostelería	Agosto 2010	115,259	+1,2% (anual)	Subida poco justificable

0á3NsOTAS: M: Millones de Euros. Fuentes: Banco de España, INE, IET, SECYT.

Previsión

Dólar USA
4.10.2010
1,373 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,435 €/€
	6 Meses	1,433 €/€
	12 Meses	1,437 €/€

Yen Japonés
4.10.2010
114,260 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	113,640 ¥/€
	6 Meses	113,631 ¥/€
	12 Meses	113,486 ¥/€

Libra Esterlina
4.10.2010
0,868 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,869 £/€
	6 Meses	0,867 £/€
	12 Meses	0,872 £/€

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
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, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7ª BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CALIMA VACACIONES Soledad, 62B 3ª San Antonio Portmany (Ibiza)	☎ 902-326292 Fax 971-3466462
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	☎ 91-4093281 4091125 Fax 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3ª BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EVEMPRENDER Gran Via, 39 3ª MADRID	☎ 902020702
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA	☎ 93-425 30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6ª 2ª MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131

IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ª MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ª MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4ª 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 91-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
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 1ª 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 2ª BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7ª MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2ª BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024

TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4ª MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ª BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4ª	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3ª BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING 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 2ª Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 902-160180 Fax 96-578605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1ª MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRANEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncruceros.com	☎ 91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobretático BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	☎ 902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

ARES MOBILE 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- 3ª Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1ª D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, ccAméricasPZL26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15ª MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA-HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA	☎ 902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
RESTEL Manuel Tobar, 35, 28034 MADRID	☎ 91-7365040 Fax 91-7365040
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Tonereros, 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 1ª	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7ª	☎ 93-3429990 Fax 93-3429991
GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1ª OVIEDO	☎ 902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4ª Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ª B MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. Adeguarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En **Mesoneses 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

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

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

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

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

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

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

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Coste a tiempo adaptado a sus posibilidades

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

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias buscan profesionales con buen nivel de inglés

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

■ **Viajes Eco.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia especializada en viajes a medida y corporativos busca agente de viajes. Requisitos: experiencia demostrable de más de dos años en puesto de agente de viajes de empresa y amplios conocimientos de Amadeus y Renfe. Se valorará a aquellos candidatos que aporten clientes y que tengan conocimientos de otros idiomas además del inglés. C.V.: almudena.pimentel@viajeseco.com.

■ **Viajes Cometa.** Agencia de viajes. Barcelona. Agencia de viajes precisa profesional para atención al cliente, empresas y venta de producto vacacional. Requisitos: experiencia imprescindible, dominio de inglés y conocimientos de Amadeus. C.V.: jsancho@viajes-cometa.com.

■ **Viajes Goya.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos persona responsable y con experiencia para ocupar el cargo de jefe de agencia de viajes mayorista-minorista. Imprescindible conocimientos de Amadeus y Galileo, venta de 'paquetes', reservas de hoteles y todo lo que conlleva dicho puesto. C.V.: madrid@viajesgoya.com.

■ **Mimba Expediciones.** Agencia de viajes. Madrid. Se precisa agente de viajes a medida que asesore a los clientes, confeccione itinerarios y realice presupuestos. Re-

quisitos: experiencia mínima de dos años en agencia de viajes, nivel alto de inglés hablado y escrito y disponibilidad de incorporación inmediata. C.V.: ester@nuba.net.

■ **Viajes Skievasion.** Agencia de viajes. Tarragona. Buscamos persona para que se responsabilice de las ventas de particulares. Requisitos: edad a partir de 30 años, experiencia anterior en agencia imprescindible, formación adecuada, conocimientos de esquí y demás deportes de invierno. C.V.: info@grupevasion.com.

■ **Viajes Oasis.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes necesita personal para departamento de Ventas. Requisitos: conocimiento de Amadeus y dominio de inglés. C.V.: conta@viajesoasis.com.

■ **Viajes Arenas.** Agencia de viajes. Madrid. Buscamos contable con experiencia en el Sector Turístico para jornada completa. Requisitos: experiencia demostrable y conocimientos contables y administrativos. C.V.: celia@viajesarenas.es.

■ **Viatges Origenes.** Agencia de viajes. Baleares. Se necesita agente de viajes con experiencia probada para trabajar en agencia situada en Palma de Mallorca. Se valorarán aptitudes de atención al cliente e idiomas. Requisitos: imprescindible experiencia previa en agencia. C.V.: jl_arq@hotmail.com.

■ **IA Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes en continua expansión busca agen-

tes de reservas con experiencia en atención a empresas *inplant*. Requisitos: experiencia de dos años, dominio de sistemas de reservas, nivel alto de inglés y conocimientos de Microsoft Office. C.V.: maribel.espana@iaviages.com.

■ **Viatges Gala.** Agencia de viajes. Alicante. Buscamos agentes de viajes con experiencia. Requisitos: haber trabajado al menos un año en una agencia de viajes y buen manejo de Amadeus. C.V.: viagesgala@terra.es.

■ **Viatges Mestres.** Agencia de viajes. Tarragona. Buscamos agente con experiencia mínima de dos años en el Sector. Requisitos: don de gentes y ganas de trabajar. C.V.: info@viatgesmestres.com.

■ **Viajes Reina.** Agencia de viajes. Madrid. Se busca comercial para cubrir las poblaciones de la Comunidad de Madrid. Requisitos: experiencia demostrable en un puesto similar al ofertado. C.V.: javi@grupovilar.es.

■ **Politours.** Agencia mayorista. Madrid. Necesitamos para las oficinas de Madrid agentes de viajes para el departamento de Booking. Requisitos: Amadeus, inglés e informática. C.V.: bolsadetrabajo@politours.com.

■ **Grupo Belma.** Agencia de congresos y eventos. Madrid. Agencia de viajes busca técnico de congresos e incentivos. Requisitos mínimos: nivel alto de inglés, manejo de Amadeus y Power Point, experiencia en puesto similar y disponibilidad para viajar. C.V.: info@grupobelma.es.

Agentes de viajes

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

■ **Agente de viajes.** 23 años. Badajoz. alma.12111986@hotmail.com. ☎ 6667 38 23 12.

■ **Agente de viajes.** 31 años. Barcelona. mserrano79@hotmail.com. ☎ 671 06 25 76.

■ **Agente de viajes.** 24 años. Asturias. patry115@msn.com. ☎ 650 65 75 69.

■ **Agente de viajes.** 41 años. Madrid. yolanditaquintanilla@gmail.com.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Madrid. sara.hor.no.kort@gmail.com. ☎ 676 89 88 29.

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. vituperador@hotmail.com. ☎ 616 57 99 84.

■ **Agente de viajes.** 29 años. León. belactiven8@hotmail.com. ☎ 659 09 79 06.

■ **Agente de viajes.** 50 años. Madrid. nona.mesfja@hotmail.com. ☎ 696 09 96 65.

■ **Agente de viajes.** 30 años. Alcalá de Henares (Madrid). j00antonio@hotmail.com.

■ **Agente de viajes.** 29 años. León. belactiven8@hotmail.com. ☎ 659 09 79 06.

■ **Agente de viajes.** 47 años. Madrid. luis.ferrero@telefonica.net. ☎ 669 45 91 31.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Todo tipo de cruceros

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

↑ Resulta de **utilidad** aunque sólo para el cliente final.

↓ No incluye la gestión de **reservas** desde las agencias de viajes.



<http://www.crucemar.com>

Hoteles en el mundo

↑ La cadena francesa Mercure, perteneciente al Grupo Accor, presenta en su nueva web la **información** de sus hoteles y dos sistemas de gestión de reservas, uno válido para el cliente final y otro, enlazando con la página de Accor, para gestión de agencias.

↑ Es una página **útil**, tanto para agencias como para el cliente final.

↑ Ofrece a las agencias la gestión de **reservas** del Grupo Accor.



<http://www.mercure.com>

Nueva página de SAS

↑ La nueva versión de la web de SAS, además de una revisión del diseño de sus pantallas, ha añadido la **información** de sus líneas en un sistema de mapas activos, incluyendo una mejor información de tarifas en la reserva, que sigue sin ser válida para las agencias.

↑ La página sólo resulta de **utilidad** para el usuario final.

↓ Continúa sin contemplar la **reserva** desde las agencias.



<http://www.flysas.com>

Congresos en el Kursaal

↑ El Grupo Avanza presenta en su web la **información** sobre la empresa y sobre sus servicios de transporte terrestre en España y Portugal, además de la posibilidad de que el cliente final gestione reservas de bus, hoteles y entradas a espectáculos.

↑ Es una página bien diseñada para ser **útil** al cliente final.

↓ No ofrece su gestión de **reservas** a los profesionales de Turismo.



<http://www.avanzabus.com>

Turismo en Formentera

⇒ La web oficial sobre Turismo en Formentera proporciona al viajero una amplia **información** de temas de interés turístico en la isla, incluyendo un buscador de alojamiento e información sobre *rent a car*, aunque todo ello con un limitado nivel de detalle.

⇒ Mejoraría su **utilidad** ampliando la información de cada tema.

↓ Para la gestión de **reservas** enlaza con la web del alojamiento.



<http://www.formentera.es>

Rediseño de Euskalduna

↑ La versión actual del 'sitio' del Euskalduna en Internet presenta un nuevo diseño de sus pantallas y las formas de acceso a la **información**, pero ha modificado poco sus contenidos, que siguen sin incluir una agenda de eventos, manteniendo la de espectáculos.

⇒ Sería de más **utilidad** si ampliara la información de sus servicios.

↓ Para **reservas** sólo ofrece un formulario de disponibilidad.



<http://www.euskalduna.net>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Contratación de agencias

✓ Anuncio del Ministerio de Economía y Hacienda, de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, por la que se inicia la convocatoria en procedimiento abierto para la contratación de servicio de agencia de viajes.

✓ Anuncio de la Cámara de Comercio de Barcelona por el que se convoca participación a la licitación mediante procedimiento restringido del servicio de agencia de viajes de la Cámara.

✓ Resolución de 20 de septiembre de 2010, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Internacional a la fiesta Semana Santa de Orihuela (Alicante).

✓ Orden de 17 de septiembre de 2010, del departamento de Industria, Comercio y Turismo, por la que se otorgan las distinciones al Mérito Turístico correspondientes al año 2010.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSOS

La Universidad de Alcalá con el Turismo

Convenio de formación con la Secretaría General de Turismo

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida, y el rector de la Universidad de Alcalá, Fernando Galván, han firmado un convenio por el que ambas partes se comprometen a colaborar para llevar a cabo actividades de divulgación, formación e investigación en materia de Turismo. Se trata del quinto acuerdo de colaboración entre una universidad y TurEspaña, tras los alcanzados con Alicante, Nebrija, Cartagena y Oviedo. Con esta colaboración se proporcionará, según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, cauces para el intercambio de información y para la realización de estudios e investigaciones sobre determinadas problemáticas del Sector Turístico. La vigencia será de cuatro años, prorrogable por un periodo de igual duración.

Entre los objetivos que se persiguen figura, en primer lugar, fomentar la colaboración entre las dos entidades "para profundizar en la formación y en el desarrollo de investigaciones relacionadas con la actividad turística". Además, se promoverán convenios es-



pecíficos entre TurEspaña y el Instituto Universitario de Análisis Económico y Social. Otro de los objetivos es la promoción de seminarios y cursos que deberán ser impartidos por profesorado especializado en la materia. Por otro lado, la Secretaría General de Turismo ha apostado por la colaboración con las universidades españolas, por lo que se ha integrado en la Red Universitaria de Postgrados en Turismo junto a 14 Universidades, con el objetivo de promover la investigación científica y tecnológica en la industria turística, a través de Internet.

LIBROS

La oferta rural de Formentera

Catálogo de Casas Rurales. Edita la Concejalía de Turismo

El concejal de Turismo y Movilidad de Formentera, Josep Mayans, ha presentado el Catálogo de Casas Rurales de la isla. Esta guía recoge más de 80 alojamientos situados en el entorno rural del territorio y cumple con las normas estipuladas para los establecimientos turísticos. Las viviendas incorporadas en la guía cumplen diferentes requisitos, entre los que destacan estar ubicadas en zonas aisladas del entorno rural y tener un máximo de seis dormitorios, con capacidad máxima para 12 personas. Otro de los requerimientos es darse de alta como comercializador en el registro oficial, trámite obligatorio que proporciona un seguro de explotación. Los alojamientos de Formentera que se adaptan a las estipulaciones establecidas adquieren la Acreditación de Calidad Turística, número de identificación colocado en cada casa rural, que garantiza la calidad del establecimiento.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en octubre

● Del 22 al 23 de octubre de 2010, Travel Trade Italia (TTI), Rimini, Italia. Feria para la industria turística italiana que busca compradores internacionales. El evento permite a los empresarios procedentes de otros países contactar con las empresas turísticas italianas para planificar la comercialización. Para más información sobre la feria turística puede consultar la siguiente página web www.ttiworkshop.it.

● Del 29 de octubre al 1 de noviembre de 2010, Expogalaecia, Salón Internacional de Turismo, Gastronomía y Artesanía de Galicia, Vigo, España. Expogalaecia sirve todos los años de escaparate de la oferta turística y gastronómica española e internacional. Tal y como ponen de manifiesto sus organizadores, el principal objetivo de este evento es dar a conocer la riqueza paisajística, cultural y gastronómica de esta Comunidad autónoma. Para más información sobre esta feria turística puede consultar la siguiente página web www.expogalaecia.com.

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



NEXOTUR®

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

SUBEN

▲ Manuel Buitrón



El presidente y director general de Politours, Manuel Buitrón, ha sido nombrado presidente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE). Buitrón sustituye a Carmelo Hernández, que abandona el cargo por la situación de Tiempo Libre.

▲ Alex Escarpín



Alex Escarpín, hasta el momento director financiero de la compañía BCD Travel para España y Francia, ha sido designado director financiero de la división suroeste de Europa, compuesta, además de por España y Francia, por Holanda, Bélgica y Luxemburgo.

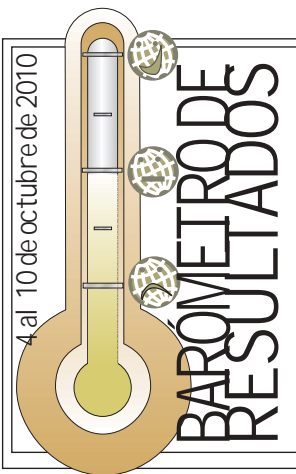
▲ Cristina Hernández



Cristina Hernández se ha incorporado a Valadis, empresa especializada en comercio electrónico para la industria turística, como directora de Marketing y Desarrollo de Negocio. Su nombramiento viene englobado en la estrategia de expansión de negocio.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Matilde Torres	3
Entrevista / Agustín Lamana	4
Escaparate	6-16
Gestión	17
Mostrador	19-21
Hotelería	23-24
Club	25
Evaluanet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



■ LA SEMANA

Sólo el Imerso mantiene la actividad

Finalmente parece que el puente del Pilar, salvo la típica actividad febril de última hora en busca de la «oferta mágica» no ha resuelto gran cosa. La inactividad ha sido la tónica dominante en las agencias apenas rota por as operaciones de empresa más o menos normales, y sobre todo por l Imerso, que vuelve a se el clavo ardiendo de cuando comenzaba. Incluso, aunque finalmente se vende todo, está moviéndose más lentamente que en los buenos tiempos. La expansión del paro y la ayuda que muchos pensionistas están prestando a sus hijos y nietos también detrae fondos que antes se destinaban a algún viajecito. Eso sí, la demanda sigue siendo alta y permite cubrir la oferta.

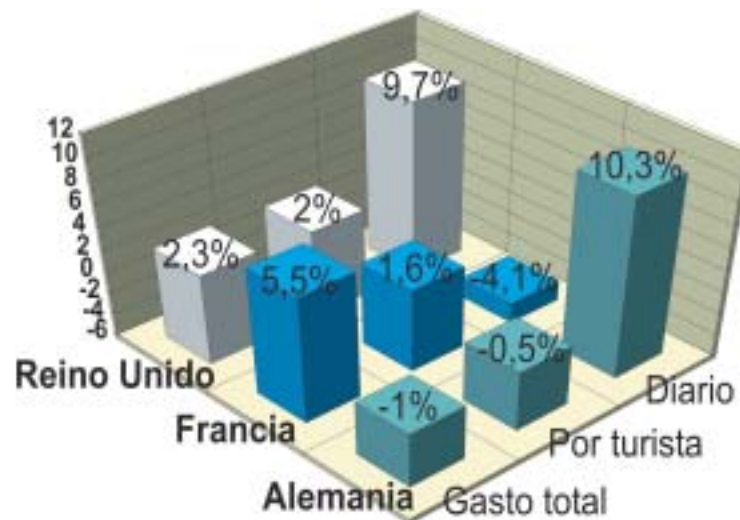


■ COYUNTURA

Reino Unido comienza a recuperarse

Desde que se inició la crisis, el mercado británico, principal emisor de turistas hacia España, ha sido el más afectado. Durante 2009, los turistas procedentes de este país gastaron un 18% menos que en 2008. Sin embargo, tras dos años de caídas, tanto el gasto como el número de visitantes aumentan en agosto. En total, los turistas internacionales han desembolsado en España 6.800 millones de euros en agosto, un 6% más que en 2009.

Gasto de turistas internacionales



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

Alemania, que pierde la segunda plaza en beneficio de Francia, presenta una variación negativa en agosto. Los turistas germanos han desembolsado 923 millones de euros, un 1% menos que en el mismo mes de 2009. A pesar de esta tendencia desfavorable, solamen-

te los viajeros procedentes de Reino Unido y de Francia superan a los alemanes. Con 959 millones de euros, el mercado francés se posiciona como la segunda potencia emisora, experimentando, además un crecimiento del 5,5%. La cuarta plaza es para Italia, con 595 millo-

nes de euros, un 8,7% más que hace un año, mientras que la quinta la ocupa Países Nórdicos, con 315 millones, un 4,6% más. El resto de países, que concentran 2.458 millones de euros, el 36% del total, presentan una variación positiva del 12,7%.

Baleares lidera el gasto

Los seis principales destinos cierran agosto con balance positivo. Baleares se mantiene como la Comunidad autónoma con mayor gasto de turistas, con 1.774 millones de euros. Esta cifra se traduce en un aumento del 5,3%, después de que en julio rompiera con la racha negativa que comenzó en abril de 2009. Cataluña, con 1.465 millones de euros, muestra un ascenso del 10,5%, seguida de Andalucía, que con 1.111 millones de euros, experimenta un crecimiento del 2,2%.

Las siguientes son Canarias, Comunidad Valenciana y Madrid, con 796 millones de euros, 627 millones y 476 millones, respectivamente. Las dos primeras terminan el mes con aumentos del 10,8% y 14,5%, mientras que Madrid registra un incremento del gasto del 3,2%. El resto de Comunidades, que acumulan 552 millones de euros, registran una bajada de ingresos del 4,2%.

En cuanto al modo de organización del viaje, los visitantes que han llegado con un 'paquete' turístico han desembolsado en el destino 1.923 millones de euros, un 2,1% menos que en agosto del ejercicio anterior. Por su parte, los viajeros que se han decantado por otras formas de organización aportan 4.877 millones de euros, un 9,9% más que en 2009.

Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email