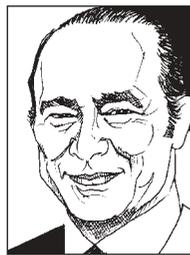




MANUEL MARRERO

## Mercado español

PÁG. 3 / Cuba quiere recuperar los flujos turísticos españoles a las islas



ANTONIO VÁZQUEZ

## Iberia vuelve a beneficios

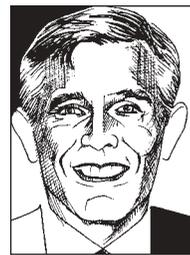
PÁG. 15 / En los primeros nueve meses del año Iberia ha vuelto a registrar beneficios



OSCAR SANZ

## Mayor presencia

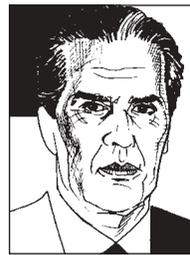
PÁG. 15 / Mapa Tours aumenta en un 10% su presencia en las agencias



DAVID HERNÁNDEZ

## Rentabilidad del seguro

PÁG. 13 / Aunque baja la rentabilidad de otros productos, la de los seguros sube



RAÚL ÁLVAREZ

## Conocer el mercado

PÁG. 3 / Los destinos deben estructurar el producto desde el conocimiento

## IVA, calidad y 'contrato IATA', ejes del Congreso de AEDAVE

Maciñeiras: 'Agencias y proveedores deben basarse en el respeto mutuo'

Más de un centenar de profesionales se han dado cita en el XXI Congreso de AEDAVE, que se ha celebrado en Santiago de Cuba entre el 26 de octubre y el 1 de

noviembre. Los principales problemas del Sector, como el impacto del IVA, el rechazo al contrato de IATA y la unidad asociativa han centrado el debate del evento.



Mario Moyses preside Embratur.

## Brasil da prioridad al mercado español

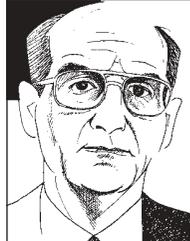
Entre el 25% y el 30% de los turistas españoles que llegan a Brasil lo hacen vía agencia de viajes, según Embratur. **Pág. 4**

## En agosto mejoran el receptivo y el emisor

En la Balanza de pagos los pagos (emisor) crecen un 7,4% y los ingresos (receptivo) un 7,7% en el mes de agosto. **Pág. 7**

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 21**

En la inauguración del Congreso el ministro de Turismo de Cuba, Manuel Marrero, aseguró que "más temprano que tarde se recuperarán los flujos turísticos españoles hacia Cuba" y destacó que se "tiene especial interés en dar a conocer a los agentes de viajes españoles" Santiago de Cuba. Por su parte, el presidente de AEDAVE, José Manuel



José M. Maciñeiras

Maciñeiras subrayó que "la crisis económica, cuyo final se vislumbra, nos dejará un nuevo escenario", que devendrá en "importantes transformaciones" y "nuevas necesidades", que "habrán de ser solucionadas desde Organizaciones renovadas". El 'contrato IATA', el IVA y la calidad turística han sido otros de los temas tratados. **Escaparate en pág. 6**

## El Sector Turístico pierde representatividad política

Tanto el Sector Turístico, como los partidos políticos de la Oposición destacan cómo el Gobierno está restándole importancia al Turismo. Así, a pesar de que el Ejecutivo central en diferentes ocasiones ha querido desmentir que esté mermando su compromiso con el Sector, la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo a Secretaría General de Turis-



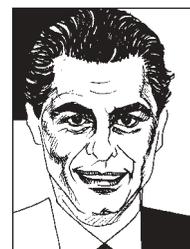
Miguel Sebastián

mo y Comercio Interior, la reducción de los presupuestos generales en esta materia, especialmente para la promoción, y el continuo rechazo a una rebaja del IVA son para la Oposición ejemplos de cómo el Gobierno está potenciando un sector que contribuye en un 10% al Producto Interior Bruto (PIB). **Escaparate en pág. 8 y 9**

## Casi dos tercios de las ventas de Sol Meliá, en las agencias

Dalmau: 'Este canal juega un papel fundamental'

Las agencias "siguen jugando un papel fundamental", canalizando "dos tercios de las ventas" de Sol Meliá, a pesar del crecimiento de su venta directa, explica su director de ventas, José María Dalmau. Así, subraya que "desde nuestros inicios hemos mantenido una estrecha colaboración con las agencias, está en nuestro ADN". Sin embargo, pese a las "excelentes relaciones" reconoce que "ante el mayor número



José María Dalmau

de clientes que compra directamente a los proveedores, damos la oportunidad de acceder directamente a nuestros productos, pero manteniendo las reglas del juego y respetando en todo momento a las agencias". Así, Dalmau asegura que "no queremos perjudicar a los consumidores que prefieren comprar en agencias, por lo que respetamos la paridad de precios y el valor de la oferta". **Escaparate en pág. 14**

## TurNexo Madrid cierra los Salones de invierno

Con el Salón TurNexo Madrid, que se celebra este jueves 11 de noviembre en el Hotel Santo Domingo, finalizan los Salones TurNexo en su edición de invierno. Entre las entidades que están presentes en esta microferia especializada destacan Amadeus, Catai Tours, Iberia, Intermundial, Orizonia, Renfe,



Sol Meliá, Viajes Carrefour, Viajes Kuoni, Travelplan y MSC, entre otras. Los agentes de viajes que desean acudir deben preinscribirse online en la web [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com), para recoger el reloj de pulsera Junghans (no publicitario), con el que se obsequia a los agentes fieles a esta cita. **Escaparate en pág. 11**



Ofrezca a sus clientes tantos vuelos como imagine a Latinoamérica.

En Iberia ponemos a su disposición 80 vuelos y 20.000 plazas mensuales más a Sudamérica y el Caribe. Volamos a 22 destinos en América y 40 en Europa y gracias a la alianza oneworld a 800 destinos en 150 países. Volar con Iberia es tan fácil como desearlo.



**IBERIA**

## ■ CLAVES

**Conocer Cataluña en bici todoterreno**

LOS AMANTES DE la bicicleta todo terreno (BTT) están de enhorabuena, pues ahora tienen otra manera de conocer Cataluña practicando su pasión por esta actividad.

La Agència Catalana de Turisme ha puesto en marcha la Ruta Transcatalunya, una travesía de más de 1.200 kilómetros, que permite recorrer el territorio catalán por diferentes etapas, enlazando los centros BTT que hay diseminados por toda Cataluña. Una iniciativa que pone a disposición de todas las agencias de viajes una nueva oferta diseñada para los ciclistas, apostando por la especialización y diversificación a la hora de seguir atrayendo nuevos turistas a la región.



IGNASI DE DELÀS

Las 23 etapas de esta nueva ruta puesta en marcha por la Agència Catalana de Turisme ofrecen también distintos niveles de dificultad —con desniveles acumulados de entre 40 y 2.800 metros—, y están agrupadas en cinco áreas geográficas: Itinerario de la Catalunya Central-Pirineos, Itinerario del Mediterráneo, Itinerario de Poniente, Itinerario de la Costa Brava Pirineu de Girona, y Itinerario de la Val d'Aran. Estos dos últimos se encuentran todavía en proyecto.

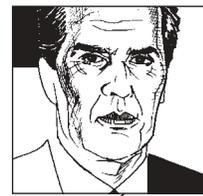
Con esta iniciativa, la Agència Catalana de Turisme pone a disposición de las agencias de viaje una nueva propuesta, diseñada especialmente para los amantes de la bicicleta de montaña que les permitirá vender una Cataluña con más atractivos. Tomando como eje central la práctica de la bicicleta de montaña se pueden crear todo tipo de 'paquetes' originales y a medida que incluyan la organización y guía de la ruta, alojamiento, gastronomía, cultura, wellness...

La consolidación de un destino referente como es Cataluña tiene que pasar por la diferenciación, la especialización y la diversidad de nuestra oferta. De esta forma, la TransCatalunya es fruto de la búsqueda de nuevas experiencias y de fórmulas innovadoras de competitividad. Los turistas demandan productos novedosos y desde Cataluña trabajamos para renovar y reinventar nuestra oferta para que no deje de sorprender a los millones de turistas que nos visitan año tras año.

Ignasi de Delàs es director de la Agència Catalana de Turisme.

**'El Plan de Competitividad de La Vera incluye diversos programas de apoyo en TICs y plataformas de información y venta que pueden facilitar un verdadero trabajo en red dentro de la comarca, especialmente, en plataformas permanentes de marketing relacional.', señala el presidente de Coditur**

## TRIBUNA



RAÚL ÁLVAREZ

**El plan de 'marketing' relacional de La Vera (y II)**

LA COMARCA DE La Vera está ejecutando actualmente todas las etapas de los procesos de venta y fidelización a partir de altos grados de satisfacción del Turismo en las vacaciones de 2009, de otra forma la fidelización y recomendación serían imposibles. Así se están utilizando medios convencionales de publicidad: prensa diaria en los mercados emisores, varias emisoras de radio, prensa turística especializada y una campaña específica de marketing relacional, tanto a empresas que celebran reuniones de pequeño tamaño como a los turistas que ya habían visitado la comarca en 2006-2009 y nos habían proporcionado su correo electrónico para futuros contactos.

Estas campañas finalizaron en junio de 2010 y ahora es cuando los empresarios de La Vera han de tomar el relevo para continuarlas los próximos años, cada empresa con sus turistas recibidos (familias y empresas). A partir de 2010 La Vera ha de diseñar claramente y ejecutar eficientemente sus dos políticas de captación y satisfacción de clientes y de fidelización, con todos los medios a su alcance. Los empresarios turísticos han de desarrollar las siguientes fases del proceso de fidelización:

1.- Una vez captado el cliente y a su llegada: solicitar los datos de registro e incluir en la solicitud el e-mail y autorización para su uso turístico; vino/cava de bienvenida a mediodía; entrega de una tarjeta de sugerencias a cubrir por el cliente durante su estancia; e información básica de La Vera.

2.- A lo largo de su estancia, tener al menos una conversación para que exponga los principales problemas o dificultades y propuestas de mejora en todos los órdenes.

3.- A la salida, despedida y recogida de la ficha de observaciones y compromiso de mantenerle informado turísticamente (alojamiento y comarca), en fechas posteriores. Si ha quedado satisfecho realmente, solicitar su recomendación a familiares con el compromiso del establecimiento de una atención especial.

4.- Establecimiento de la base de datos informática.

5.- Autorización de la Agencia de Protección de Datos.

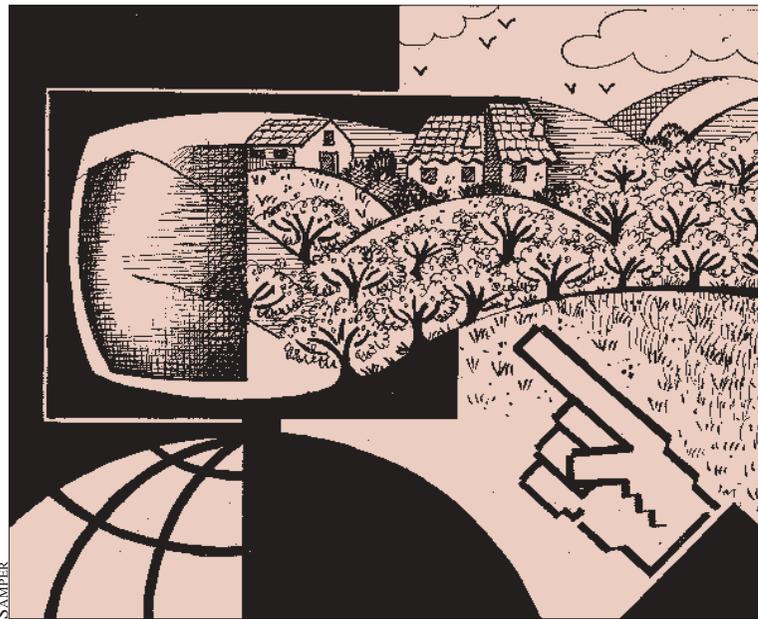
6.- Nuevos contactos, aprovechando acontecimientos de relieve del hotel o comarca, con invitación a nuevas visitas.

7.- Información turística periódica.

Una vez cubiertas estas etapas, el empresario puede cuantificar qué porcentaje de clientela de cada año puede retener y el efecto de las recomendaciones de los clientes fidelizados.

La comarca dispone ya de herramientas informativas y promocionales

marketing relacional en ejecución y los previsibles apoyos de Segittur, Junta de Extremadura y ADICOVER, para institucionalizar campañas anuales de fidelización de sus clientelas, a partir de importantes bases de datos obtenidas en sus estable-



estimables: web de ADICOVER comarcal, con amplia información turística; web de ATURIVE para el conjunto de empresas asociadas; web de cada establecimiento y material informativo generado por Mancomunidad, ADICOVER, ATURIVE, Diputación de Cáceres, Junta de Extremadura y empresarios individuales. El hardware y software para realizar las campañas de marketing relacional tienen exigencias mínimas: un ordenador, con las bases de datos; una carta de presentación del propietario y dos

cimientos; los resultados esperados superan con creces los esfuerzos exigibles por este importante programa.

El sector privado conseguirá también 'caminar al paso de su clientela', anticiparse incluso a las necesidades de la demanda, por medio de frecuentes contactos y solicitud de opiniones y propuestas a los clientes. ATURIVE cuenta con posibilidades de captación de recursos para apoyar las acciones privadas, dado el alto grado de asociacionismo que alcanzó en el sector.

No hay sector económico donde la gestión de la información sea más importante y decisiva que en el Turismo. Sólo a través del conocimiento segmentado de turistas y mercados pueden los destinos estructurar sus productos, decidir los medios de distribución, promoción y demás factores relativos a la gestión de la actividad turística.

La gestión de datos procedentes de las distintas investigaciones genera información, la asimilación de información crea conocimiento cuya aplicación a un destino o establecimiento turístico concreto produce innovaciones incrementales o radicales y tecnología que mejoran la competitividad y finalmente la rentabilidad.

Los soportes necesarios para el desarrollo de las TICs en La Vera son hardware de computadora-software

**Con el conocimiento segmentado de turistas y mercados pueden los destinos estructurar sus productos**

**En 2009 los turistas alojados en La Vera decidieron su viaje, en el 65% de los casos, a través de Internet**

de computadora-tecnología de almacenamiento (bases de datos)-tecnología de comunicación (correos electrónicos, Web...Internet).

En función de Internet y sus distintas posibilidades de comunicación, La Vera tiene la posibilidad de incorporar a su Turismo en la futura producción de los servicios turísticos, en un proceso de 'servucción' donde el turista es simultáneamente productor-consumidor; máxime cuando la comarca dispone de un cúmulo de datos del turista, lo que supone una ventaja competitiva de primer orden.

En consecuencia, ADICOVER puede generar este proceso virtuoso desde el sector público hacia ATURIVE y los empresarios independientes, incrementando conjuntamente la capacidad de la comarca en el periodo 2010-2013, período de su Plan de Competitividad, para mejorar su gestión y presencia en los mercados.

La predisposición y las acciones ejecutadas, así como las iniciativas en curso de la Mancomunidad, alcaldes, ADICOVER y los apoyos de instituciones regionales y nacionales exigen un esfuerzo complementario y decidido de los empresarios pues la inversión pública ha de ir acompañada de gestión e inversión privada.

El entorno competitivo que se está creando en la comarca debe contar con la asunción de TICs por el empresario y su incorporación a la marca de calidad por medio de certificaciones

exigentes de calidad, sobre todo Q de Calidad, ISOS 9000 y 14000; especialmente cuando tiene garantizados apoyos de la comarca, región y del Estado de subvenciones y asistencia técnica a esos procesos. La imagen de calidad de la comarca sólo

será fuerte y permanente si va acompañada de la gestión de la calidad, formación y asunción de las nuevas tecnologías, donde se incorpore el sector público y los empresarios.

En el año 2009 los turistas alojados comercialmente en La Vera decidieron su viaje, en el 65% de los casos, a través de Internet, que en algunos mercados supuso porcentajes aún superiores. Solamente este dato habla de la importancia de potenciar el canal directo, máxime cuando no llega al 2% el número de turistas que contratan sus viajes por medio de agencias y más del 94% utiliza el coche propio o de familiares y amigos para acceder a la comarca.

Raúl Álvarez Cuervo es presidente de CODITUR, redactora del Plan Marco La Vera XXI: Horizonte 2020.

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: José Arquero  
Coordinadora General: Marga González

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

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

Consejo Asesor: Francisco Vázquez Corroto (Director)

**NEXO**  
editores s.a.

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

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

DEPARTAMENTOS / Marcas: Manuel Lanza Murciano (Director) Facturación: Lourdes Sánchez (Coordinadora) y María José González Personal: Pilar de la Hoz (Jefe) / Distribución: B.D.: Mercedes León Administración: Paloma Díaz / Suscripciones: Concha López Secretaria de Redacción: Sara Medina / Base Datos: 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), Nextel SRI (Información Electrónica), Nexodata (Bases de Datos), Microprint SA (Fotomecánica), Gráficas de Prensa Diaria SA (Impresión y Papel) y National Post SA (Embalaje y Distribución)

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

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

© Copyright NEXO EDITORES SA y GRUPO NEXO / Derechos Reservados

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Falacias sobre el futuro de la agencia

LA AGENCIA DE VIAJES SÍ TIENE FUTURO. La ponencia sobre la problemática del Sector en el Congreso de AEDAVE en Cuba, encomendada a NEXOTUR, desmiente cuatro grandes falacias sobre el futuro de los agentes. A partir del informe de prospectiva realizado por este periódico hace una década (destinado a la ponencia "¿Hacia dónde va el Sector?" del Congreso de FEAUV de 1999, celebrado en Chile), los congresistas de AEDAVE comprobaron hasta qué punto la desintermediación ha sido un fiasco.

Primera falacia: "El comercio electrónico en Internet sustituirá a la agencia de viajes tradicional". En 1999, cuando todos los medios de comunicación y la opinión pública aseguraban que la comercialización turística tradicional tenía los días contados, este periódico aseguraba contrariamente:

"La Red podría llegar a absorber entre un 15% y un 20% del volumen de negocio de las agencias tradicionales, en los próximos cinco años (hasta el 2005), si bien en los dos años siguientes el crecimiento será lento, situándose por debajo del 5% (Previsión de Nexopublic Consulting)".

Segunda falacia: "El agente no agrega valor al producto que vende". Este tan interesado como erróneo mantra, repetido hasta la saciedad por las compañías aéreas (que planteaban a las claras la sustitución del agente por la venta directa), contrasta con la principal conclusión del último estudio de Amadeus, según el cual la atención personalizada será cada vez más demandada por el cliente de la agencia. El valor añadido del agente tradicional está precisamente en el servicio personal que presta, apoyado en la tecnología.

Tercera falacia: "Los proveedores no necesitarán al agente, que será sustituido por la venta directa". Desde las expendedorías de Tabacalera (los viejos "estancos") hasta las gasolineras, pasando por la televisión interactiva o las máquinas de vending, competían en arrebatar la

venta de billetes de avión o la reserva de hoteles a las agencias. Pero, pese a las millonarias inversiones en tecnología y publicidad en modo alguno ha sido así.

Cuarta falacia: "Los agentes no podrán adaptarse a las necesidades de los nuevos clientes". La transformación operada en el Sector ha sido profunda, incluyendo la incorporación a la venta online, buena parte de la cual está en manos de agencias. Y la función del vendedor de vacaciones es y será la

clave (además de un medio esencial) para la comercialización. La tecnología es sólo un medio que, puesto al servicio del agente, no sólo no amenaza sino que ayuda a dar respuesta a las nuevas demandas.

Estudiar el pasado es una excelente manera de prever el futuro. Y eso es lo que NEXOTUR hizo en el último Congreso de AEDAVE, aunque de manera muy sucinta. Para poner el fruto de esta comparativa al servicio de todos, la Redacción y el Equipo de Coyuntura del semanario está elaborando un amplio dossier, que pondrá a disposición de los agentes en la próxima primavera.

Con el único tamiz del rigor y el sentido común, desde la independencia y sin adscribirse al pensamiento dominante ni someterse a interesados cantos de sirena.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**NEXOTUR está elaborando un amplio 'dossier' que parte del análisis y las previsiones de la última década, para prever hacia dónde irán las agencias de viajes emisoras**

## ▲ check-in / CALIDAD TURÍSTICA

### Los agentes, con el ICTE

El director general del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Fernando Fraile, obtuvo el respaldo de los agentes participantes en el último Congreso de AEDAVE, celebrado en Santiago de Cuba, en el que participó como ponente, sustituyendo al presidente del ICTE, Miguel Mirones.

El presidente de la Asociación, José Manuel Maciñeira, destacó en su alocución final la decidida apuesta de las agencias de viajes por la Calidad, en línea con la aplaudida ponencia de Fernando Fraile. Para el brillante director general del ICTE la competitividad de las empresas turísticas depende, en gran medida, de su incorporación a la cultura de la Calidad, mediante la implantación de sistemas de normalización. Una realidad que es aún más evidente en las agencias dedicadas al viaje corporativo.

La constante presencia del ICTE en los congresos de las Organizaciones empresariales, sumada al protagonismo del Asociacionismo en el gran encuentro anual del Instituto, viene a reafirmar la tradicional implicación de los agentes de viajes en el éxito de la Q de Calidad Turística, a cuya creación contribuyó este Sector desde el principio.

Es de esperar que, pese al rigor de la crisis en la comercialización turística, los agentes mantengan su apuesta por la Calidad y su apoyo al ICTE como un instrumento eficaz al servicio de la competitividad sectorial. Máxime cuando la gestión que está llevando a cabo el Equipo presidido por Miguel Mirones, del que Fernando Fraile es buen exponente, es calificada como excelente por el conjunto del Asociacionismo empresarial del Turismo en España.

## ★ personaje de la semana / Manuel Marrero

"Más temprano que tarde se recuperarán los flujos turísticos españoles hacia Cuba", aseguró el ministro de Turismo de Cuba, en la inauguración del XXI Congreso de AEDAVE, celebrado el 27 de octubre en Santiago de Cuba. Marrero



acusó la pérdida de más de 40.000 españoles por la venta de Iberword a la capital-riesgo norteamericana Carlyle, 22.000 por la de Pullmantour a Royal Caribbean, y 20.000 a causa de la quiebra de AirComet y de la agencia Marsans.

## ⚡ a chispa / Quique



## ▼ check-out / CRISIS ECONÓMICA

### 2011, ¿otro año perdido?

La previsión de la mayoría de analistas económicos de que la evolución del consumo durante el próximo año será similar a la del actual, es un jarro de agua fría para un Sector como el de las agencias, necesitado de buenas noticias.

El excepcional ajuste de las agencias, puesto de manifiesto en el nuevo recorte de plantilla de este verano, empieza a llegar al límite. Una mala temporada de verano en 2010 sería la puntilla para no pocas agencias, que atraviesan una situación límite.

El consumo de recursos propios (y del patrimonio personal de muchos empresarios) para salvar las dificultades financieras es causa de creciente preocupación para numerosos agentes, ante la amenaza de perder unos activos que ha costado décadas conseguir. Propietarios y gestores de aquellas agencias que, pese a los drásticos ajustes realizados, continúan sin entrar en rentabilidad, se preguntan dónde está el límite, y hasta qué punto merece la pena quemar las naves ante un futuro que se presenta incierto.

La capacidad de resistencia de las agencias está demostrando ser extraordinaria, pese a los inevitables cierres causados por un Sector sobredimensionado y la severa caída del consumo de viajes y vacaciones. Pero el difícil acceso al crédito no está siendo avalado por las propias empresas, como sería lógico, sino por sus propietarios. Y el riesgo asumido por esta aportación patrimonial está en función de una recuperación de las ventas (y de la rentabilidad) que no parece factible a corto, e incluso a medio plazo. Y 2011 será la prueba de fuego.

**El pasado ejercicio Brasil obtuvo los mejores resultados por ingresos de divisas extranjeras procedentes del Turismo de los últimos 63 años / Hay una buena relación entre Embratur y las agencias españolas / Sabremos aprovechar la organización de los Juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol / Nuestra meta es duplicar el número de turistas en 2020**

## «España es un mercado de altísima prioridad para el destino Brasil»

Mario Moyses / Presidente del Instituto de Turismo Brasileño (Embratur)

En la próxima década Brasil acogerá el Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos, eventos que podrían suponer un importante impulso turístico. El nuevo presidente del Instituto de Turismo de Brasil (Embratur), Mario Moyses, que accedió al puesto en septiembre, analiza para NEXOTUR la situación del destino y la importancia del mercado español.

**P.- ¿Qué resultados ha obtenido el destino Brasil en lo que va de año? ¿Se ha incrementado el número de turistas recibidos en 2009?**

**R.-** Tanto los resultados del primer semestre del año en ingresos de divisas extranjeras procedentes del Turismo como el número de visitantes han sido excelentes. De enero a julio de 2010 hemos recibido un 18,7% más de viajeros respecto al mismo periodo de 2009. En todos los meses del presente año han llegado más visitantes que en el mismo tramo del anterior. En 2009 recibimos 3,7 millones de personas en los siete primeros meses, mientras que este ejercicio han llegado a Brasil 4,4 millones de turistas.

**P.- ¿Cuál ha sido la evolución del gasto turístico en el país?**

**R.-** Brasil ha obtenido los mejores resultados por ingresos de divisas extranjeras procedentes del Turismo de los últimos 63 años. En el primer semestre los viajeros internacionales han desembolsado 2.250 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 14,5% respecto al mismo periodo de 2009. Este aumento nos permite estimar que en 2010 los ingresos por este concepto se aproximarán a los 4.600 millones de euros.

**P.- ¿Cuántos turistas españoles han visitado Brasil este año?**

**R.-** Los datos de turistas por nacionalidades no se hacen públicos hasta la conclusión del año, de manera que las cifras que manejamos son de 2009. De enero a agosto, el número de españoles que visitaron Brasil fue de 107.124 personas.

**P.- ¿Es España un mercado importante para el destino Brasil?**

**R.-** Sí. España es el noveno país del mundo emisor de turistas a Brasil. Por ello, el renovado Plan de Marketing de Embratur, cuyo nombre es Aquarela 2020, define a España como un país de altísima prioridad.

**P.- ¿Cómo es la relación de Embratur con las agencias?**

**R.-** Hay una buena relación entre Embratur y las agencias de viajes que operan en el mercado español. Nuestra entidad cuenta con una delegación en este país, desde donde mantiene un contacto permanente con las agencias y turoperadores, creando

relaciones y alianzas estratégicas. La profesionalidad y experiencia del director de la oficina, Joao Santana, en el mercado español, proporciona una buena sintonía entre ambas.

**P.- ¿Qué acciones desempeñan para incrementar los viajes de españoles a través de este canal?**

**R.-** En España, país de altísima prioridad para Brasil, se están llevando a cabo bastantes acciones tanto estratégicas como comerciales por prácticamente todas las ciudades. Algunas de estas son *roadshows*, creación de monográficos, cursos, presentaciones, inserciones publicitarias, etc.

**P.- ¿Qué porcentaje de turistas españoles que llegan a Brasil lo hacen a través de una agencia de viajes?**

**R.-** Según los últimos estudios de mercado correspondientes al año 2007, el porcentaje de turistas españoles que llegan a Brasil a través de una agencia de viajes asciende hasta el 22%. Sin embargo, hoy en día debe estar entorno al 25% o 30%.

**P.- ¿Llevan a cabo campañas de formación para agentes?**

**R.-** Hace dos años Embratur puso en marcha un curso *online*, gracias al cual ya se han formado 1.237 agentes de viajes en todo el mundo. Con este curso el profesional del Turismo tiene la oportunidad de hacerse experto en Brasil y conocer el amplio abanico de posibilidades que después puede ofrecer a sus clientes. En España se ha formado a 76 agentes de viajes de diferentes turoperadores.

*En la actualidad entre el 25% y el 30% de los turistas españoles que llegan a Brasil lo hacen vía agencia*

*Desde que Lula creó el Ministerio de Turismo no ha dejado de crecer el número de turistas foráneos*



**P.- ¿Cuáles son sus retos como presidente de Embratur?**

**R.-** Nuestra principal preocupación es mantener la política coherente de Embratur y seguir con el trabajo que se ha venido haciendo hasta ahora. Ya estábamos creciendo y debemos continuar haciéndolo. La nueva campaña publicitaria de nuestra entidad invita al turista extranjero a conocer Brasil. Debemos preocuparnos por estimular cada vez más ese deseo de conocer el país, ya sea por medio de imágenes o con información. Para eso, entre otras acciones, vamos a in-

tensificar el trabajo de relaciones públicas con la prensa extranjera, pues los resultados presentados son muy eficaces, con costos más bajos y con mayor credibilidad.

**P.- ¿Cree que el destino Brasil tiene mucho potencial de crecimiento?**

**R.-** Sí, absolutamente. Así lo está demostrando en todos los aspectos, tanto económicos, sociales, culturales y, por supuesto, turísticos. Brasil es un país enorme que ofrece destinos e infraestructuras muy variadas y para todo tipo de turista. En 2003, el Gobierno del presidente Lula creó el Ministerio de

Turismo y desde entonces no ha dejado de aumentar año tras año el número de turistas que nos visitan y las empresas nacionales y extranjeras que invierten en este Sector.

**P.- ¿Qué esperan del Mundial de Fútbol y de los Juegos Olímpicos?**

**R.-** El principal reto que tenemos con los próximos eventos deportivos que organizaremos en esta década será dejar un legado para que los turistas de todo el mundo sigan visitando el país después de su celebración. Tanto la Copa del Mundo como los Juegos Olímpicos son dos acontecimientos claves.

**P.- Estos eventos son una oportunidad única para promocionar el destino. ¿Cree que se aprovechará?**

**R.-** Sin duda que sabremos aprovecharla. Brasil tiene una grandísima oportunidad de cara a la próxima década, ya que organizaremos la Copa del Mundo en 2014 y los Juegos Olímpicos en 2016. Serán unos años de gran exposición en los medios de comunicación, en los que además estaremos edificando grandes obras y mejorando las infraestructuras y conexiones de muchas ciudades, lo que será un gran legado para el país. Es hora de mostrar al mundo que hasta ahora éramos un país emergente con gran futuro, pero ahora Brasil ya es una realidad.

**P.- ¿Qué incremento de turistas esperan tras la celebración del Mundial y de los Juegos Olímpicos?**

**R.-** Nuestras metas abarcan recibir a 600.000 turistas más en la Copa de Mundo de Fútbol y a 380.000 en los Juegos Olímpicos. Y para 2020 se espera duplicar el número de turistas internacionales en relación a 2010 y aumentar en un 304% el ingreso de divisas extranjeras.

**P.- ¿Está Brasil preparada para acoger estos eventos deportivos?**

**R.-** Rotundamente sí. El 53% de las instalaciones ya están listas y aun estamos a cuatro años de la Copa del Mundo de 2014 y a seis de los Juegos Olímpicos. Brasil está avanzando en toda la infraestructura necesaria para recibir a miles de turistas extranjeros y nacionales. Para 2014 se invertirán 8.924 millones de euros y para 2016 la inversión será de 10.994 millones de euros.

**15. ¿Describa cuáles son los principales atractivos del país?**

**R.-** Muchísimos. Es difícil elegir porque Brasil es un país de dimensiones continentales. Esto hace que el turista pueda disfrutar de todo tipo de Turismo: de 'sol y playa', cultural, deporte, ecológico, gastronómico, de negocios y étnico, y todo sin salir del país. En nuestro destino se puede realizar un Turismo ecológico y de naturaleza, tenemos dos de las mayores biodiversidades del mundo, Amazonía y Pantanal. En cuanto a la oferta de 'sol y playa', cabe destacar que contamos con 9.300 kilómetros de litoral, y sobre el Turismo deportivo, en Brasil se pueden practicar todos los deportes imaginables.

## ‘Queremos estimular el deseo de conocer Brasil’

**“** Mi principal preocupación como nuevo presidente del Instituto de Turismo Brasileño (Embratur) es mantener la política coherente de la entidad y seguir con el trabajo que se ha venido haciendo hasta ahora. Ya estábamos creciendo y debemos continuar haciéndolo. La nueva campaña

publicitaria de nuestra entidad invita al turista extranjero a conocer Brasil. Debemos preocuparnos por estimular cada vez más ese deseo de conocer el país, ya sea por medio de imágenes o con información. Para eso, entre



↳ MARIO MOYSES

intensificar el trabajo de relaciones públicas con la prensa extranjera, pues los resultados presentados son muy eficaces, con costos más bajos y con mayor credibilidad. En cuanto a nuestras metas, esperamos recibir 600.000 turistas más en

la Copa de Mundo de Fútbol y 380.000 en los Juegos Olímpicos. Y para 2020 se espera duplicar el número de turistas en relación a 2010 y aumentar en un 304% el ingreso de divisas. Estamos preparados para organizar estos dos eventos deportivos y confío en que sabremos aprovecharlos.

# POR LAS NUBES.

\*tarifa web. Precio sujeto a disponibilidad. No acumulable a otras ofertas y descuentos.

# POR EL SUELO.

*Elige los precios por donde pasa el tren. Anticipate y encuentra los precios más bajos\*.*

Madrid-Barcelona desde	<b>46€</b>	Gijón-Madrid desde	<b>21€</b>	Barcelona-Sevilla desde	<b>56€</b>
Málaga-Madrid desde	<b>35€</b>	Oviedo-Madrid desde	<b>20€</b>	Barcelona-Valencia desde	<b>18€</b>
Sevilla-Madrid desde	<b>33€</b>	Gijón-Alicante desde	<b>28€</b>	Barcelona-Málaga desde	<b>57€</b>



Algunas rutas incluyen billete de Cercanías.



No hay recargo por pago con tarjeta de crédito.

Compromiso de puntualidad Renfe.



No hay recargo por elegir asiento.



Todos estos precios están calculados en base a tarifas web. De venta exclusiva en [renfe.com](http://renfe.com) y agencias de viajes. Renfe también ofrece la tarifa de ida y vuelta con un descuento del 20% en toda su oferta.

# renfe

[renfe.com](http://renfe.com) • agencias de viajes



ACCIONES DISTINTAS. ACERCAMOS PERSONAS.  
[www.renfe.es](http://www.renfe.es)

# escaparate

## El receptivo prosigue con su mejora en septiembre

El total de llegadas de turistas en septiembre ha alcanzado los 5,2 millones, es decir, un 4,2% más que en el mismo mes de 2009, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). **Pag. 32**

Evolución mercados emisores



## El gasto turístico sube hasta los 5.133 millones

El gasto turístico crece en septiembre. Según los datos del IET, los visitantes internacionales han desembolsado 5.133 millones de euros en España, un 2,4% más que en el mismo mes del ejercicio anterior. **Pag. 7**

Variación del gasto turístico



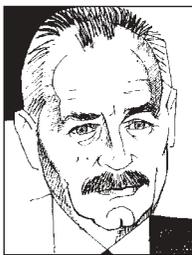
## Los españoles realizan un 3% más de viajes

Los españoles han realizado 14,1 millones de viajes en septiembre, un 2,9% más que en 2009. Destaca en este mes el peso de los desplazamientos al extranjero, que ya suponen el 9%, debido a su crecimiento. **Pag. 7**

## ■ Prontuario

### Nuevo Fitur Meetings & Events

**E**NHORABUENA. TRATAR de optimizar las prestaciones de un evento que fue creado para el apoyo al Sector de reuniones es una buena noticia para todos. Reducir su duración para compactar más la actividad, también lo es. Conseguir con ello que sus participantes tomen decisiones comerciales con más determinación por la premura, es a su vez, otro logro que beneficia a todos.



CLAUDIO MEFFERT

Curiosamente, el acotar el tiempo de la toma de decisiones lejos de agobiar, da una sensación de satisfacción por una labor acabada. Dejar un día de separación de un evento a otro, desde mi punto de vista, también es una buena estrategia. Da tiempo de acabar las actividades pendientes del día anterior sin sufrir la angustia de tener poco tiempo para terminar de arreglar los posibles flecos de la participación en la feria Fitur que comienza al día siguiente.

El cambio de nombre a Fitur Meetings & Events es otra de las acciones bien logradas desde la organización, desde mi punto de vista. En lo único en lo que no estoy del todo de acuerdo es en la leyenda 'Salón del Turismo de Negocios'. Entiendo mucho mejor una leyenda que dijese 'Salón de la Industria de Reuniones', ya que como se explica en la nota de prensa difundida desde Fitur, "aglutina a todos los segmentos implicados: reuniones, incentivos, congresos, exposiciones".

El Turismo de negocios lo veo más enfocado en el Turismo de empresas. Pero eso es sólo una apreciación totalmente personal. El cambio de por sí es positivo y le deseo todo el éxito que entre todos tenemos la responsabilidad de lograr en último término.

☞ Claudio Meffert es miembro del Consejo Asesor de NEXOTUR.

# La unidad asociativa y el rechazo al 'contrato IATA' protagonizan el XXI Congreso de AEDAVE en Cuba

Cerca de 250 profesionales se dan cita en el XXI Congreso de AEDAVE, que se ha celebrado en Santiago de Cuba

Los principales problemas del Sector, como el impacto del IVA en las agencias de viajes, las agresivas campañas de proveedores y la concen-

tración han sido los ejes centrales del XXI Congreso de AEDAVE, que ha tenido lugar en Santiago de Cuba. En su transcurso, su presidente

ha abogado por la "adaptación de las normas intersectoriales a la sociedad", reclamando mayor cooperación entre las empresas turísticas.

"La crisis económica, cuyo final se vislumbra, nos dejará un nuevo escenario", según el presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, que devendrá en "importantes transformaciones" y "nuevas necesidades", que "habrán de ser solucionadas desde Organizaciones renovadas, y caracterizada por nuevas relaciones sectoriales que afectarán muy de cerca a las agencias". Las palabras de Maciñeiras sugieren la inminencia de importantes cambios en el actual panorama asociativo, que podrían derivar en un proceso de integración, a la que los líderes de las Organizaciones empresariales del Sector se muestran favorablemente predispuestos.

Catorce años después del Congreso de AEDAVE en La Habana, el ministro de Turismo de Cuba, Manuel Marrero, aseguró que "más temprano que tarde se recuperarán los flujos turísticos españoles hacia Cuba". Si bien enumeró los tres golpes sufridos por el destino Cuba en el mercado emisor español: más de 40.000 turistas españoles perdidos al

aplicarse el embargo comercial (impuesto a las empresas norteamericanas por la ley Helms-Burton) a causa de la venta de la charterista Iberword y la minorista Viajes Iberia a la capital-riesgo Carlyle, y otros 22.000 al ser adquirida Pullmantur por la crucerista Royal Caribbean, que se suman a los 20.000 españoles que dejó de transportar a Cuba AirComet y Marsans tras su reciente quiebra.

En la segunda mayor ciudad (y la más oriental) de Cuba, "que el Ministerio de Turismo tiene especial interés en dar a conocer a los agentes de viajes españoles", en palabras del ministro Marrero, se desarrolló una intensa jornada técnica, unida a un programa de familiarización. El rechazo al 'contrato IATA', que el presidente de AEDAVE considera "inaceptable para las agencias", al conllevar incluso responsabilidades penales a los propietarios, que fueron analizadas por Francisco Javier Cabarcos, de Garrigues. También el IVA en la comercialización de servicios y productos turísticos fue obje-



El Congreso de AEDAVE ha congregado a 250 profesionales en Santiago de Cuba.

to de análisis por un experto, Pedro Marín, de Auditores Cinco.

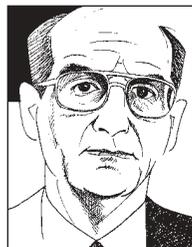
La actividad ferial contó con un ponente de excepción, el director general de la Feria de Madrid (Ifema), Fermín Lucas, quien destacó las características turísticas de las ferias, haciendo especial hincapié en FITUR. La calidad turística en el Sector y la problemática de las agencias,

fueron asimismo expuestos por el director general del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), y el director de NEXOTUR. Las "reflexiones sobre el Asociacionismo empresarial en España" del presidente de AEDAVE pusieron fin al contenido técnico del XXI Congreso de AEDAVE, que contó con más de un centenar de participantes.

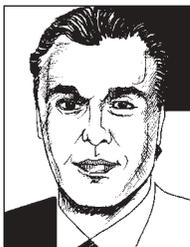
# FEAAV y AEDAVE mantienen negociaciones para 'comenzar el año como una sola Organización'

El presidente de AEDAVE confirma que las conversaciones para la unificación comenzaron 'hace dos años'

FEAAV y AEDAVE están en negociaciones para integrarse en una sola Organización empresarial. Así lo ha confirmado el presidente de la Asociación, José Manuel Maciñeiras, que ha reconocido que espera que esta unión "se lleve a cabo antes de que finalice el año". Según Maciñeiras, una sola Orga-



José M. Maciñeiras



Rafael Gallego

nización daría "más fuerza" al Sector en el momento de crisis que está atravesando, aunque señala que las conversaciones comenzaron "hace dos años". Asimismo, el presidente de AEDAVE ha recalado que se está negociando con "toda voluntad" para realizar esta integración protegiendo

los intereses de los asociados "y la integración se culminará cuando se den las condiciones oportunas".

### El ejemplo de los hoteleros

Por su parte, el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, ha declarado a NEXOTUR que "las negociaciones están muy avanzadas" y que "la idea es que la unificación se produzca este mismo año". Preguntado por las razones que han llevado a ambas Organizaciones a negociar su integración, Gallego ha

afirmado que "es el momento", añadiendo que su objetivo es "seguir el ejemplo de los hoteleros".

Cabe recordar que en septiembre el presidente de AEDAVE confirmó a NEXOTUR que "la representación unitaria de las Organizaciones es inaplazable". "Ha llegado la hora de que los dirigentes empresariales se enfrenten con decisión a la inaplazable tarea de dotar a este importante Sector de una sólida representación unitaria", proseguía Maciñeiras, que se mostraba convencido de que "este invierno habrá noticias".

# El emisor y el receptor mejoran en agosto, con incrementos interanuales superiores al 7%

La actividad turística sigue en niveles superiores respecto a 2009. La ligera reactivación de la demanda en la mayoría de los grandes mercados emisores, sumada a la caída de los precios en España, continúa reflejándose en agosto en los datos de Turismo y viajes de la Balanza de Pagos.

Tras un 2009 marcado por el descenso del consumo, en el segundo cuatrimestre de 2010, tanto los ingre-

sos (receptivo) como los pagos (emisor) crecen significativamente.

En agosto, último mes analizado por el Banco de España, la balanza de Turismo y viajes registra un superávit de 3.891 millones de euros, lo que implica un incremento del 7,2% frente a los 3.626 millones de euros de 2009. Los pagos de los españoles por sus viajes al extranjero muestran un crecimiento del 7,4%, con 1.378 millones

de euros. En cuanto al receptor, la tasa interanual es del 7,7%. De este modo, la balanza de los ingresos se amplía hasta 5.269 millones de euros, desde los 4.906 millones de 2009.

Según el Banco de España, en los ocho primeros meses del año los ingresos derivados del Turismo y viajes han experimentado un aumento del 2,7%, pasando de 26.117 millones de euros en 2009 a 26.829,7 millones. En

el caso de los pagos, se alcanza un incremento interanual del 3,5%, con 8.038 millones de euros recaudados, frente a los 7.763 millones de 2009. Finalmente, la balanza de Turismo y viajes concluye este periodo con un saldo positivo de 18.791 millones de euros, lo que supone una subida del 2,4% en comparación con los 18.354 millones de euros de los siete primeros meses del año anterior.



Los pagos crecen un 3% hasta agosto.

## Los viajes de los españoles crecen un 3% en septiembre

Tras varios meses de caídas interanuales, los viajes de los españoles se incrementan en septiembre. Según el avance provisional de la encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar) del Instituto de Estudios Turísticos (IET), los españoles han realizado 14,1 millones de viajes, un 2,9% más respecto al mismo mes de 2009. Según el IET, esta variación positiva se debe, en gran medida, al "fuerte crecimiento interanual" de los desplazamientos al exterior, que alcanzan un porcentaje vertical del 9%, mientras que los internos también muestran un comportamiento positivo.

Los viajes de fin de semana son los más numerosos, representando el 55% del total. A continuación se sitúan las vacaciones de verano, que tienen un peso cercano al 25%. El coche sobresale como medio de transporte principal, acaparando cerca del 80% de los desplazamientos. A más distancia se sitúa el avión, aunque muestra un ascenso interanual.

En cuanto al periodo acumulado, se han realizado 128,7 millones de viajes, un 4,6% menos que en 2009. Por tipos de desplazamientos, destaca el decrecimiento de los internos y el aumento de los viajes al exterior. En relación al motivo del viaje, el ocio y la visita a familiares o amigos son, por este orden, los principales.

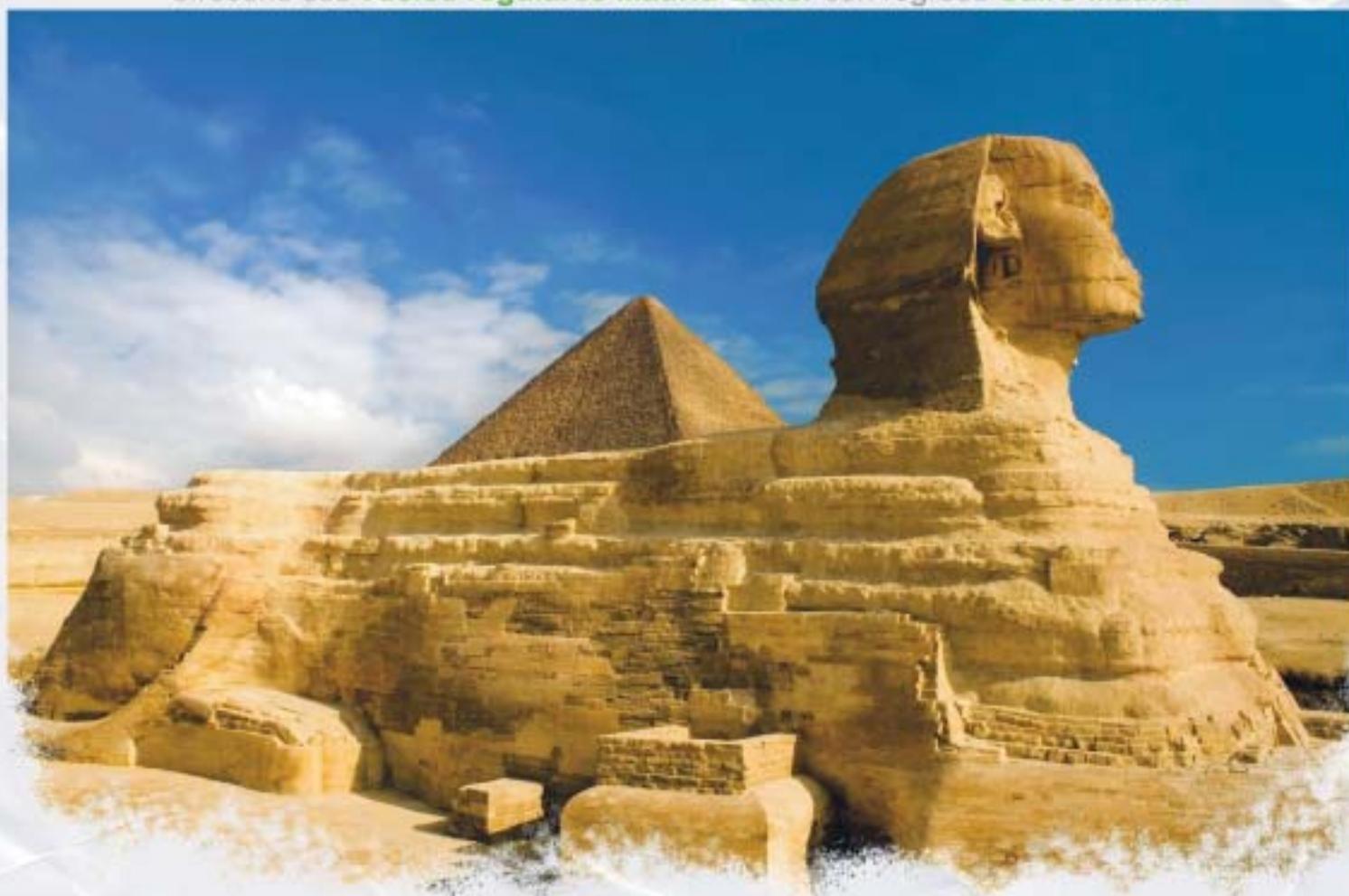
En junio, mes analizado en profundidad por el Instituto, los españoles han realizado 13,6 millones de viajes, un 7% menos en tasa interanual. La evolución por destinos es opuesta, ya que los internos, el 93% del total, muestran una caída del 7,6%, y los externos un ascenso del 1,4%.

Andalucía, Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana son, por este orden, las principales Comunidades receptoras, alcanzando un peso superior al 50%. En cuanto a las Comunidades de origen, de las cuatro grandes emisoras solo Cataluña presenta una variación favorable, creciendo un 5,9%. Tras ésta, que ha emitido 2,4 millones de viajeros, aparece la Comunidad de Madrid, con casi 2,3 millones (-10,2%). Andalucía y Comunidad Valenciana, tercera y cuarta, respectivamente, han sido el punto de origen de más de 3,3 millones de turistas, experimentando en ambos casos descensos superiores al 22%.

# MINT AIRWAYS

## INAUGURA SUS VUELOS REGULARES MADRID - LUXOR Y CAIRO - MADRID

A partir del próximo **1 de noviembre**, todos los lunes, Mint Airways se complace en ofrecerle sus **vuelos regulares Madrid-Luxor** con regreso **Cairo-Madrid**



**MINT AIRWAYS**

información y reservas: [www.mint-airways.com](http://www.mint-airways.com) tel: 91 204 08 09

# Las fuerzas políticas polemizan sobre

## Los portavoces de Turismo de los Grupos parlamentarios del PSOE,

Mientras que el Sector Turístico continúa muy debilitado, el Gobierno, que muestra su "moderado optimismo" por el ligero ascenso del receptivo, ha adoptado en los últimos meses medidas duramen-

te criticadas por los empresarios turísticos y las demás fuerzas políticas. Entre ellas, destacan la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo, lo que provocará que Joan Mesquida deje de es-

tar presente en los Consejos de Ministros, y el recorte del 20% del gasto en promoción para 2011. Además, el Ejecutivo ha rechazado una bajada de impuestos para las empresas turísticas.

El Turismo pierde representatividad política. Por mucho que desde diferentes ámbitos del Gobierno se apresuren a desmentir una merma de su compromiso



Jose L.R. Zapatero Miguel Sebastián

con el Sector Turístico, las últimas medidas adoptadas, como la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo, que ha pasado a convertirse en Secretaría General de Turismo, o el drástico recorte en los Presupuestos Generales del Estado o el rechazo de una rebaja del tipo impositivo a empresas de di-

versos segmentos turísticos dan, a juicio del Sector, buena muestra de ello. Por ejemplo, con la bajada de rango de Joan Mesquida, que pasó a convertirse el pasado mes de julio en secretario general de Turismo y Comercio Interior, "el Turismo no estará representado debidamente en los Consejos de Ministros". Así lo apunta la portavoz de Turismo del Partido Popular (PP) en el Congreso de los Diputados, María Salom, quien recuerda que "es ahí donde se discuten temas

de vital importancia para la industria, por lo que se pierde una valiosísima oportunidad de defender los intereses de uno de los principales motores económicos de España". También el portavoz de Política Económica de Convergència i Unió (CiU), Josep Sánchez Llibre, explica que "el Turismo es una de las industrias más potentes de nuestra economía, por lo que otras estructuras del Gobierno deberían ser mucho más susceptibles de supresión que la Secretaría de Estado de Turismo". Asimismo, esta decisión se produce en un momento especialmente complicado para el Sector Turístico, con una evidente pérdida competitiva frente a otros destinos del arco Mediterráneo.

A esta medida hay que añadirle el rechazo a una rebaja del IVA al 8% para las agencias de viajes, que en la actualidad tienen un tipo impositivo del 18%, y al 4% otros servicios turísticos por parte del Ejecutivo. Además, cabe recordar que el Gobierno aplicará un recorte del 20% de la inversión en promoción turística en los Presupuestos Generales del Estado (PGE) del próximo ejercicio, pasando de 776 millones de euros a 622,4 millones.

### La temporada 'está salvada'

Más allá de estas decisiones, que podrían ralentizar la recuperación de una de las principales industrias económicas del país con una con-

tribución cercana al 10% en el Producto Interior Bruto (PIB) y con dos millones de empleos, también sorprenden al Sector los mensajes optimistas lanzados reiteradamente desde los diferentes órganos de gobierno. Por un lado, el secretario general de Turismo, Joan Mesquida, afirmaba hace escasas semanas que "la temporada turística está salvada", reconociendo la existencia de cierta "incertidumbre" por la bajada de rentabilidad. Mientras tanto, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, ha asegurado que desde que entrara en vigor la subida del IVA, el pasado 1 de julio, el Turismo ha experimentado sus tres mejores meses en entrada de turistas extran-

## Optimismo en el Gobierno central pese a la pérdida de rentabilidad

Sebastián afirma que los buenos resultados 'son fruto del esfuerzo'

Tanto el ministro de Industria, Turismo y Comercio como el secretario general de Turismo se apoyan en el crecimiento del receptivo para asegurar que "la temporada está salvada" y mostrarse "optimistas". Sin embargo, reconocen la pérdida de rentabilidad de las empresas.

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida, ha reconocido que, si bien la "temporada turística está salvada", existe cierta "incertidumbre" en el Sector Turístico que provoca un recorte de los precios y afecta a la rentabilidad empresarial. Así, señala que existen "altos grados de incertidumbre", sobre todo en periodos como puentes o Semana Santa, ya que los usuarios esperan a "última hora" para contratar sus vacaciones, lo que genera "cierto miedo" y provoca descensos en los precios. Mesquida afirma que, teniendo en cuenta el contexto adverso, el Sector está "satisfecho" con las políticas del Gobierno.

En este sentido, Mesquida recuerda que, aunque el presupuesto en el área de Turismo en 2011 se ha rebajado, el Ejecutivo incrementó los presupuestos en este área por lo que en los años anteriores, por lo que si se compara con 2008, esta cifra aumenta "considerablemente". El secretario general de Turismo enfatiza además que el Gobierno mantendrá los programas puestos en marcha hasta el momento. Por esta razón, recrimina la "crítica continuada" e "incoherencia" del Partido Popular.

### 'Moderado optimismo' de Sebastián

La llegada de turistas ha crecido un 4% en la temporada de verano, "cuatro veces más de lo que se esperaba". Este es el principal argumento del ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, para defender la gestión del Gobierno en materia turística. El ministro ha destacado que los resultados de los meses de julio, agosto y septiembre son "muy positivos" y están muy por encima de las previsiones del Ejecutivo,



Secretario general de Turismo, Joan Mesquida.

que a principios de julio barajaba una mejora del 0,9%. Sebastián ha asegurado que los últimos datos permiten ser "moderadamente optimistas" tras un periodo "difícil". Asimismo, el ministro de Turismo reitera que España sigue siendo la primera potencia mundial de Turismo vacacional, la segunda en ingresos turísticos y la tercera en entrada de viajeros. En esta línea, ha mencionado que el gasto total de los turistas ha aumentado un 6,2% en agosto, lo que constituye el cuarto incremento mensual consecutivo. "Estos resultados son fruto del esfuerzo, no del azar", ha recordado Sebastián, recalando que en un año de "fuertes restricciones presupuestarias" el Turismo "no ha sufrido ningún recorte".

## Larrosa asegura que la bajada de impuestos al Sector 'es inviable'

El diputado del grupo socialista 've lógico el IVA de las agencias'

El portavoz socialista en el Congreso, Félix Larrosa, explica el por qué del rechazo por parte de su grupo de las medidas propuestas por el PP y CiU para favorecer al Turismo. Según apunta, "competir en precios rebajando los impuestos no es el mejor camino para el destino España".

El Turismo ha sido tema de debate durante los últimos Plenos del Congreso de los Diputados. Tanto el Partido Popular (PP) como Convergència i Unió (CiU) han hecho suyas las demandas del Sector Turístico, proponiendo en reiteradas ocasiones una rebaja del tipo impositivo de las agencias de viajes, así como un IVA del 4% para el Turismo, entre otras iniciativas. Sin embargo, los proyectos presentados han sido rechazados por los diputados socialistas.

Ante esta situación, y en aras de reflejar la postura de los diferentes grupos políticos, NEXOTUR ha entrevistado a los responsables en el Congreso del PSOE, PP y CiU. En primer lugar, el portavoz socialista Félix Larrosa, que dirigió TurEspaña entre enero de 2007 y febrero de 2008, defiende que las propuestas de ambos grupos "son inviables". "Estamos en un momento en el que es necesario no sólo aumentar ingresos, sino también reducir gastos, por lo que no se puede pedir una rebaja del tipo impositivo", argumenta.

### El PP 'no se cree sus propuestas'

Esta no es la única justificación de Larrosa, que explica que "mientras que el PP señala a los altos impuestos como la causa de la pérdida de competitividad del destino, en realidad contamos con las presiones fiscales más bajas de Europa". Además, acusa al grupo popular de "faltar a la realidad cuando utilizan el ejemplo de Francia". "Apoyan la bajada de 10 puntos del IVA que llevó a cabo Nicolas Sarkozy, pero hay que recordarles que al no tener ningún impacto en los precios y en el empleo el Gobierno francés se está planteando retirarla", señala. En cuanto al rechazo por parte del grupo socia-



El diputado socialista Félix Larrosa.

lista de una bajada de IVA para las agencias de viajes, Larrosa esgrime que "las agencias gozan de un valor añadido del que carecen otros canales, y por eso se aplica una tasa del 18%". Asimismo, el ex director general de TurEspaña asegura que "ellos mismos no se creen sus propuestas" y se muestra seguro de que si el PP accede a la presidencia "no llevará a cabo estas iniciativas". "Cuando ellos gobernaban hubo una crisis muy importante en mercados como el británico y el alemán, lo que influyó negativamente en el destino", explica Larrosa, que recuerda que "en entonces nadie se planteó ni rebajar el IVA ni conceder incentivos fiscales, lo que es una prueba fehaciente de que cuando tuvieron la oportunidad no lo hicieron".

# la pérdida de liderazgo del Turismo

## PP y CiU debaten para NEXOTUR la situación del Sector Turístico

jeros en lo que va de año, "muy lejos de los vaticinios lanzados por el PP". Sebastián también recuerda que de julio a septiembre España recibió 19,3 millones de turistas, lo que supone un incremento del 4,2%, cifra que certifica la "tendencia positiva" y "esperanzadora" del Sector.

Sin embargo, pese al "optimismo" de ambos representantes gubernamentales, la realidad de la que hablan los empresarios turísticos es bien distinta. Aunque es cierto que la llegada de turistas internacionales se ha estabilizado en los ocho primeros meses de 2010, cabe recordar que en el ejercicio anterior se puso fin a un periodo de crecimiento con un drástico recorte de las entradas. Asimismo, en lo que respecta al Sector de agencias de viajes, mientras que el receptor se estabiliza, el emisor, del que dependen la mayoría de ellas, continúa marcado por una demanda deprimida y una guerra de precios que

ha reducido de manera drástica la rentabilidad de las empresas. Por ejemplo, en lo que respecta a julio, último mes analizado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, los españoles han realizado 15,6 millones de viajes, un 9,1% menos que en el mismo mes del ejercicio anterior.

Otro dato que revela la crítica situación que atraviesa el Turismo es su menor contribución al PIB. Según explicaba a NEXOTUR el director del departamento de Turismo de la Universidad Antonio de Nebrija, Manuel Figuerola, "el ratio de participación del Turismo en el PIB descendió en 2009 por quinto año consecutivo". En concreto, ha pasado de una contribución del 11,11% en 2005 al 10,14% en 2009, disminuyendo así un punto porcentual. "El Turismo ha bajado más que una economía en recesión profunda", concluye Figuerola.



En los últimos cinco años la contribución del Turismo al PIB ha descendido cerca de un punto porcentual.

## Salom advierte de la pérdida de competitividad de las agencias

La diputada afirma que el PP 'haría del Turismo una prioridad'

La portavoz de Turismo del PP en el Congreso de los Diputados, María Salom, considera que la rebaja del IVA a las agencias de viajes sería una medida "justificada y justa". "Al haber rebajas fiscales se incentivaría la contratación e inversión", sostiene la diputada.

El Partido Popular (PP) defiende que sus iniciativas para bajar la tasa impositiva al 8% a las agencias de viajes y aplicar un IVA superreducido al Turismo "no son inviables". Mientras que el portavoz del grupo socialista, Félix Larrosa, asegura que "ni el PP ni CiU se creen sus propuestas", la portavoz de Turismo del PP en el Congreso de los Diputados, María Salom, defiende que "con una rebaja del IVA la economía se reactiva por muchos motivos, y uno de ellos es el efecto llamada que se produciría al tener precios más competitivos que otros destinos".

"Son propuestas que hemos presentado en el Congreso de los Diputados al considerar que están totalmente justificadas y son justas", apunta la portavoz de Turismo del PP, quien resalta que las rebajas fiscales a las empresas "incentivarían la contratación y la inversión". Además, Salom denuncia que las agencias de viajes "pierden competitividad respecto a otros prestadores de servicios establecidos en España al tener éstos un gravamen impositivo menor".

### La hermana pobre del ministerio

En esta línea, la portavoz del Partido Popular asegura que el Turismo "saldría fortalecido" con el PP, ya que "haríamos de este sector una prioridad de Estado". Así, recuerda que "con la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo, Joan Mesquida no puede acudir a las reuniones preparatorias de los Consejos de Ministros, donde se discuten temas de vital importancia para el Turismo". De este modo "se pierde una oportunidad valiosísima de defender los intereses del Turismo", añade. Profundizando en la bajada de rango de la Secretaría de Esta-



La portavoz de Turismo del PP, María Salom.

do de Turismo, Salom denuncia que "el Sector es la hermana pobre y fea del Ministerio que dirige Miguel Sebastián". "Así lo demuestra el hecho de que en lugar de quitar ministerios sin competencias y propagandísticos, se degrade al representante político del Turismo", señala la diputada.

En cuanto al recorte del 20% del presupuesto destinado a la promoción turística, la diputada popular sostiene que "en lugar de reducir el gasto superfluo, recortan en partidas muy importantes, como es el Turismo". "Cabe destacar que este sector es vital para la economía puesto que el turista, una vez descontado el transporte, todo lo que gasta en España es contribución al Producto Interior Bruto (PIB).

## Sánchez Llibre: 'La degradación de Joan Mesquida no es un acierto'

CiU pide que se 'elimine la barrera que supone el IVA del 18%'

El portavoz de política económica de CiU en el Congreso sale en defensa del Sector. Para Sánchez Llibre, "es necesario eliminar una barrera que frena la competitividad de las agencias", como es el IVA del 8%, frente al 18% al que tributan otros prestadores de servicios.

Además de la portavoz de Turismo del Partido Popular, María Salom, el portavoz de política económica de Convergència i Unió (CiU) en el Congreso de los Diputados, Josep Sánchez Llibre, también se ha mostrado en contra de las declaraciones de Félix Larrosa. En declaraciones a NEXOTUR, Sánchez Llibre asegura que el tipo impositivo que se aplica a las agencias de viajes "no tiene sentido". "La compra de un billete o de una noche de hotel a través de una agencia de viajes no puede tener un IVA distinto que la que se hace de forma directa", esgrime el diputado de CiU.

En este sentido, Sánchez Llibre explica que la aplicación del tipo del 8% al Régimen Especial de las Agencias de Viajes (REAV) "constituye una medida que se corresponde con el principio de neutralidad del impuesto". Al mismo tiempo, destaca que la normativa europea "no se manifiesta sobre qué tipo impositivo debe aplicarse al REAV", por lo que considera necesario "eliminar una barrera que frena la competitividad de las agencias de viajes establecidas en España".

### Falta de apoyo al Sector Turístico

Además de las rebajas fiscales planteadas tanto por Convergència i Unió como por el Partido Popular, el portavoz en política económica reclama "el estímulo de la modernización y el incremento de la calidad de alojamientos, agencias de viajes y empresas de restauración españolas". Asimismo, considera que "debe reforzarse la política de transporte aéreo, impulsar las políticas de formación continua, establecer medidas de apoyo a la desestacionalización y fomentar la internacionalización de la oferta".



El portavoz económico de CiU, Sánchez Llibre.

Analizando la actuación del Gobierno, Sánchez Llibre afirma que la degradación de la Secretaría de Estado de Turismo, que ha pasado a ser Secretaría General de Turismo, "no es un acierto". "El Turismo es una de las industrias más potentes de nuestra economía y creemos que otras estructuras organizativas y políticas del propio Ejecutivo podrían ser mucho más susceptibles de supresión que esta bajada de rango de la Secretaría de Estado de Turismo", señala el portavoz de política económica de CiU. Esta decisión, "como muchas otras tomadas por el Gobierno", provocan que el Sánchez Llibre considere que "el Ejecutivo no está dando suficiente importancia y apoyo a los empresarios dedicados a la actividad turística".

100% Agentes

# Turnexo

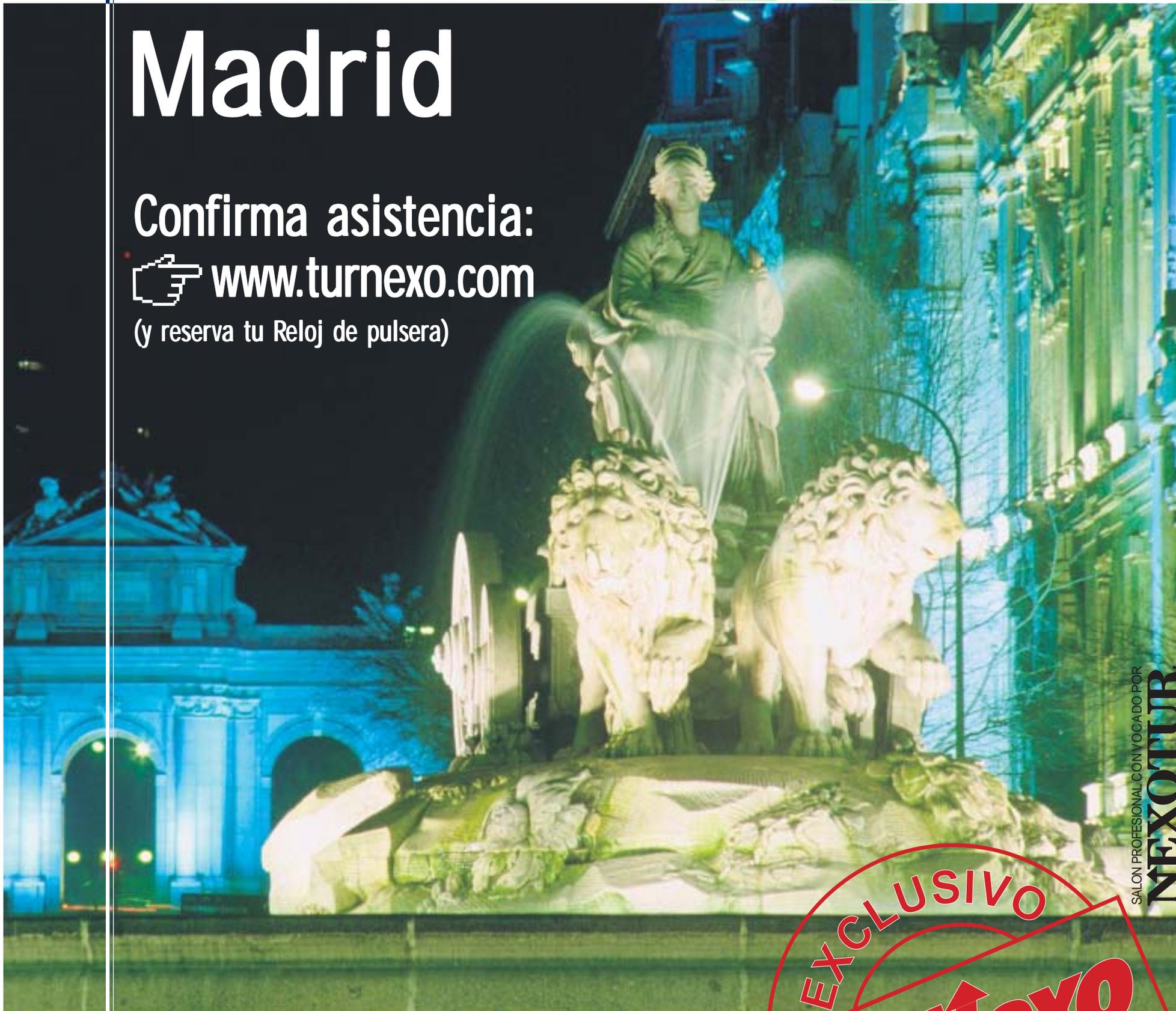
## Madrid

Confirma asistencia:



[www.turnexo.com](http://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

## Entra en vigor normativa de seguridad en EE UU

Desde el 1 de noviembre de 2010 es obligatorio el cumplimiento de la normativa de seguridad de vuelo Secure Flight Rules, establecida por la Administración de Seguridad del Transporte (TSA) de Estados Unidos. Ésta implica que en las reservas aéreas para los vuelos internos o con origen/destinación en este país, se deben introducir datos en las 72 horas previas al viaje.

## Más ingresos por servicios complementarios en 2010

Los servicios complementarios de las aerolíneas generarán en 2010 un ingreso de 18.400 millones de euros, según la Amadeus Guide to Ancillary Revenue by IdeaWorks 2010, elaborada por IdeaWorks y Amadeus. Los datos reflejan que compañías aéreas como Ryanair, Tiger Airways o Flybe, entre otras, son las que más ingresos por esto generan, con una media de beneficio del 19,4%.

## Nuevos miembros en la Mesa de Calidad Turística

País Vasco, Galicia y Murcia se han incorporado a la Mesa de Calidad Turística, en un acto presidido por el director general del Instituto de Turismo de España (TurEspana), Antonio Bernabé. Estas tres Comunidades se unen a las de Cantabria, Comunidad Valenciana e Islas Baleares para conformar la nueva Mesa de Calidad, que ha celebrado, por primera vez en Galicia, su décima edición.

## Crece la ocupación del Palacio de La Coruña

El Palacio de Exposiciones y Congresos de La Coruña, Palexco, prevé cerrar este ejercicio con un incremento significativo en ocupación y asistencia, a la vista de los datos registrados en lo que va de año y de la previsión de eventos para el último trimestre. La instalación congresual superará los 145.000 visitantes, casi 6.800 personas más que en 2009 y un crecimiento del 5%.

# Finalizan los Salones TurNexo en su edición de invierno en el Hotel Santo Domingo en Madrid

Cerca de una veintena de proveedores han mostrado sus ofertas en Barcelona y Madrid el 4 y 11 de noviembre

Los Salones TurNexo, organizados por el Grupo NEXO, han vuelto en su edición de invierno a su tradicional cita con los agentes de viajes. Tras el éxito de su pasada edición, esta microferia especializada, que viene organizándose desde hace más de una década, ha vuelto a convertirse en "un eficaz nexo de unión entre agencias y proveedores", tal y como apuntan desde el Sector. Los Salones TurNexo comenzaron el pasado 4 de noviembre en el Hotel Eurostars Grand

Marina de Barcelona y finalizan esta semana en Madrid con su cita del jueves 11 de noviembre en el Hotel Santo Domingo.

Aunque las empresas siguen reduciendo costes para soportar la coyuntura económica, los proveedores turísticos se han volcado con este evento, confirmando su participación cerca de una veintena de expositores. Entre las entidades que están presentes destacan Amadeus, Catai Tours, Iberia, Intermundial, Orizonia, Renfe, Sol Meliá,

Viajes Carrefour, Viajes Kuoni, Travelplan y MSC, entre otras.

Además, el Salón TurNexo Catalunya ha acogido el seminario 'Análisis de los resultados del verano y previsiones para el invierno'. Celebrado entre las 10.00 y las 11.00 horas, ha reunido a presidentes, gerentes y directivos de las Asociaciones empresariales y Grupos comerciales, así como a otros expertos del Sector, para debatir sobre esta cuestión clave y abordarán la problemática de las agencias.

Los Salones TurNexo son exclusivos para el agente y se celebran durante un único día, en horario de 11.00 a 17.00. Todos aquellos agentes de viajes que estén interesados en asistir deben preinscribirse online en [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com). Dicha preinscripción les permitirá recoger el reloj Junghans con el que el Grupo NEXO obsequia a los asistentes, para lo que tan sólo es necesario presentar, debidamente cumplimentado, el Pasaporte TurNexo, sellado en cada uno de los stands del Salón.



Acuden una veintena de expositores.



Paray reflexiona ¡Llegó la hora de migrar!



"Unificaste electricidad y gas en un mismo proveedor. Y para ello dedicaste tiempo a analizar la oferta de uno y otro. Pero ha merecido la pena. Ahora tienes la seguridad de que estás con quien te ofrece mejores condiciones. ENHORABUENA".

No lo pienses más,

Travelport  Galileo

es tu mejor opción

Llámanos sin compromiso al **91 7430675 - 93 4157164**  
envía un correo electrónico a [ventas.es@travelport.com](mailto:ventas.es@travelport.com)  
o visita [www.travelport.com/es](http://www.travelport.com/es)

Ya lo hiciste con otros proveedores y **FUNCIONÓ**

# 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

## OMT propone fortalecer los derechos del pasajero

El impacto de la nube de cenizas en la actividad turística sacó a la luz la ausencia de directrices internacionales sobre los derechos y deberes de los turistas. Con el fin de minimizar los perjuicios para los pasajeros, el Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) llevará a cabo un estudio centrado en la armonización de aspectos directamente vinculados con sus derechos.

## Aspaym Canarias critica la falta de compromiso

La presidenta de la Asociación de Parapléjicos y Grandes Discapacitados Físicos de Canarias (Aspaym Canarias), Ana Rodríguez, ha recordado al Gobierno autonómico la necesidad de aprobar un Plan de Turismo Accesible y ha criticado que, aunque le mandaron una propuesta hace año y medio, "todavía no hemos recibido respuesta alguna". La asociación lleva seis meses solicitando una reunión.

## PortAventura Convention Centre cumple un año

PortAventura Convention Centre ha celebrado más de un centenar de eventos y ha sobrepasado los 40.000 asistentes desde su inauguración en octubre de 2009. "Hemos tenido muy buena acogida por parte de nuestros clientes y agencias del sector MICE", ha asegurado el área de Business & Events del complejo. La singularidad del centro de radica en la oferta complementaria y el diseño.

## Aprobado anteproyecto de transporte en Murcia

El Consejo de Gobierno ha analizado el Anteproyecto de Ley de Movilidad y Transporte de Viajeros por Carretera de la Región de Murcia. El texto tiene como finalidad establecer un marco jurídico y administrativo común para planificar y ordenar un transporte de calidad bajo los principios de movilidad sostenible y accesibilidad, según informa la Consejería de Obras Públicas y Ordenación.

# La reactivación de Reino Unido y Alemania incrementa el gasto turístico un 2% en España

De los principales destinos, solo Canarias y Madrid ingresan menos dinero

El gasto turístico crece en septiembre. Según los datos del IET, los visitantes internacionales han desembolsado 5.133 millones de euros, un 2,4% más que

en 2009. Esta mejoría, que se refleja en todas las regiones menos en Canarias y Madrid, se debe a la recuperación de los principales mercados emisores.

Los turistas extranjeros han gastado en España 5.133 millones de euros en septiembre, un 2,4% más, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET). El desembolso por persona ha caído un 1,6%, hasta los 963 euros, y el diario alcanza los 106 euros, con una subida del 4,1%.

En el acumulado, los visitantes internacionales han gastado 39.040 millones de euros, un 2% más respecto al mismo periodo de 2009. El gasto por turista crece el 1,2%, con 924 euros, y el diario crece un 4,3%, con 98 euros.

Esta evolución favorable se debe en gran medida a la reactivación de Reino Unido y Alemania. El mercado británico, el más afectado por la crisis económica, presenta un ligero ascenso del 0,7%, con 1.241 millones de euros. Los turistas alemanes han efectuado un desembolso de 993 millones de euros, con un incremento del 7,2%. Francia, con 425 millones, experimenta un avance del 8,2%. Del resto de

mercados destacan los países nórdicos e Italia, que suman cerca de 600 millones de euros, mostrando ascensos del 17,7% y 5%, respectivamente.

La reactivación del receptivo se ha dejado notar en la mayoría de las Comunidades, excepto Canarias y Madrid. El gasto en Baleares crece un 11,5%, con 1.327 millones de euros, posicionándose en primer lugar. Le siguen Cataluña, que contabiliza 1.149 millones de euros, un 8,7% más que en septiembre de 2009, y Andalucía, con 772 millones de euros, un 7,3% por encima del año anterior.

Aunque ocupa la cuarta plaza, Canarias presenta cifras negativas, con un 4% menos y un desembolso de 622 millones de euros. A continuación aparece la Comunidad Valenciana, que acumula 468 millones, un 9,2% más. Finalmente, la Comunidad de Madrid es la que peor evolución presenta en septiembre, experimentando un retroceso del 9,7%, hasta 466 millones. El resto de Comunidades concentra en



Fuente: IET. © NEXOTUR

su conjunto 330 millones de euros, un 27,2% menos que en 2009.

Respecto a la forma de organización del viaje, el gasto de los visitantes sin 'paquete' turístico aumenta un 3,8%, alcanzando los 3.639 millones de euros, el 70% del total. Por su parte, los visitantes que se han decantado por la contratación de un viaje organizado aportan el 30% restante del gasto (1.494 millones de euros), registrando una contracción del 0,8%.

# Europea de Seguros espera aumentar sus ventas en 2010

Tras cerrar el pasado ejercicio "con un alto nivel de rentabilidad, que garantiza una excelente salud financiera", Europea de Seguros pretende acabar 2010 "manteniendo esta solvencia y aumentando sus ventas". Así lo explica su director general, David Hernández, quien confirma a NEXOTUR que "la mayoría del negocio de la compañía sigue siendo el vacacional, donde mantenemos el liderazgo con diferencia". Además, destaca que "también tenemos una importante presencia en el viaje de negocios, segmento en el que estamos obteniendo unos buenos resultados, creciendo con rapidez".



David Hernández

un elemento de valor añadido y, por supuesto, de fidelización". "Si un cliente tiene un problema en un viaje y recibe una buena asistencia con el seguro que el agente le ha recomendado, siempre estará agradecido y aumentará su fidelidad a la agencia", argumenta Hernández.

## Buena relación con el canal

En este sentido, el director general de Europea de Seguros describe su relación con el canal de agencias de viajes como "excelente". "Desde nuestros orígenes hemos trabajado intensamente con las agencias para mejorar la seguridad de los viajes y mantenemos esta misma línea", apunta Hernández, que añade que "realizamos campañas habitualmente para estimular dicha relación". Entre los diferentes canales de comercialización, el directivo cita, además de las agencias de viajes minoristas, los corredores de seguros y el medio online.

¡ATENCIÓN!

AGENCIAS DE VIAJES

Descubra los nuevos programas promocionales que ofrece Best Western en sus hoteles de España y Portugal.

PROGRAMAS:

- SENIORS IBERIA
- JUNIORS IBERIA
- AUTO IBERIA
- Y MÁS...

Visite nuestra Web: [www.bestwestern.es/agencias](http://www.bestwestern.es/agencias)

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

## Renfe adapta su flota para hacerla accesible

Renfe hará accesibles todos sus servicios ferroviarios cinco años antes de lo exigido por la Ley de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal. Para ello, realizará una inversión de 293 millones de euros. Con el Plan de Accesibilidad Universal pretende ser la "más moderna, avanzada y participativa" de Europa, prestando atención a todo tipo de discapacidad.

## Turistaurino quiere desestacionalizar el Sector

Turistaurino se ha creado este año en Linares (Jaén) para contribuir a desestacionalizar el Turismo en la provincia, "aprovechando al máximo los recursos disponibles", asegura su director, Jaime Poyatos. Aunque Turistaurino tiene como producto principal la organización de visitas guiadas a ganaderías, las expectativas apuntan a afianzar el producto en el mercado congresual explica Poyatos.

## Córdoba apuesta por la Capitalidad Europea

El alcalde de Córdoba, Andrés Ocaña, ha afirmado que el futuro Centro de Congresos de la ciudad es el "buque insignia de los equipamientos turísticos y fundamental" para conseguir ser Capital Europea de la Cultura en 2016. Un paso importante ha sido la aprobación por el Pleno del plan de financiación del recinto. El alcalde ha manifestado que se trata de un proyecto "significativo".

## Ferrol quiere potenciar el Turismo de congresos

El alcalde de Ferrol, Vicente Irisarri, ha subrayado la necesidad de que el municipio apueste por el Turismo de Congresos, y para ello se ha decidido crear en un futuro un Convention Bureau. Durante la celebración del Consejo de Administración de la Sociedad Mixta de Turismo de Ferrol S.A., también se ha visto que es necesario que se disponga de una imagen externa que sea reconocida e identificada.

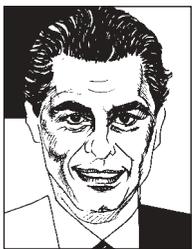
# Sol Meliá canaliza 'casi dos tercios de las ventas' a través de agencias y mayoristas

La cadena hotelera reconoce que 'la rentabilidad para las agencias ha bajado'

**Pese a permitir a sus clientes "acceder directamente a los productos", Sol Meliá "cumple las reglas del juego". En una entrevista concedida a NEXOTUR, su**

**director de ventas, José María Dalmau, confirma que las agencias "siguen jugando un papel fundamental", canalizando "dos tercios de las ventas".**

"Desde nuestros inicios hemos mantenido una estrecha colaboración con las agencias de viajes a nivel mundial, está en nuestro ADN". Así describe el director de ventas globales de Sol Meliá, José María Dalmau, la relación de la cadena hotelera con estos intermediarios, asegu-



José María Dalmau

line, que se está posicionando cada vez más". En este sentido, el director de ventas reconoce que "ante el mayor número de clientes que compra directamente a los proveedores, damos la oportunidad de acceder directamente a nuestros productos, pero manteniendo las reglas del juego y respetando en todo el momento a las agencias". Así, Dalmau asegura que "no queremos de ningún modo perjudicar a los consumidores que prefieren comprar a través de agencias, por lo que respetamos la paridad de precios y el valor de la oferta".

El aumento de la venta directa se refleja en los buenos resultados obtenidos por solmelia.com, el *call center* y las reservas en los mismos

hoteles. Según Dalmau, la página *web* y el sistema de venta telefónica "finalizarán 2010 con unas ventas superiores a los 130 millones de euros, un 10% más que en 2009". Además, el número total de habitaciones vendidas a través de estos canales "ha crecido un 3% en los nueve primeros meses del año".

Sin embargo, pese a las "excelentes relaciones" a las que hace referencia Dalmau, en los últimos años se viene produciendo "un trasvase de reservas, tanto de tuoperación como de agencias, hacia el canal *on-*

Además de este crecimiento de los canales directos, la crisis económica también ha provocado una bajada de la rentabilidad del producto Sol Meliá. Al respecto, el directivo reconoce que "el recorte de precios, la sobreoferta y la caída de la demanda ha provocado que se reduzca para todos". "El precio de venta influye en las comisiones que se llevan las agencias, por lo que la bajada del mismo está teniendo un impacto tanto para el hotelero como para la agencia de viajes", explica.

# El Turismo religioso atrae a más de 150.000 personas a la capital aragonesa hasta octubre

La concejalía de Turismo pretende posicionar la ciudad de Zaragoza como destino de Turismo religioso

**Más de 150.000 personas han visitado este año Zaragoza atraídas por su oferta de Turismo religioso, lo que supone un incremento del 20% en el número de grupos llegados a la ciudad. En**

**los primeros diez meses del año ha recibido un total de 3.156 grupos nacionales y 916 grupos internacionales. Se trata de turistas que "combinan perfectamente lo que es el Turismo reli-**

**gioso y el cultural", dado que "aprovechan su devoción cristiana para formarse culturalmente y enriquecerse con el patrimonio milenar de la ciudad", explica la concejala de Turismo.**

El Turismo religioso atrae a más de 150.000 personas a la capital aragonesa durante los primeros diez meses del año, registrando un crecimiento del 20% en el número de grupos que han llegado a Zaragoza. Entre enero y octubre de 2010 han visitado la ciudad aragonesa 3.156 grupos nacionales (integrados por 126.240 personas), llegados principalmente de las Comunidades de Cataluña, Andalucía, Madrid, Valencia y Galicia, y 916 grupos internacionales (con un total de 27.480 turistas), procedentes de Italia, Polonia, Portugal, Estados Unidos, Canadá y Oriente.

Así lo ha explicado la concejala delegada de Fomento y Turismo del Ayuntamiento de Zaragoza, Elena Allué, quien ha valorado que el in-

cremento del número de visitantes a la capital aragonesa se debe "al trabajo de promoción que se está haciendo". Asimismo, ha destacado la firma de un convenio con la Asociación de la Ruta Mariana, de la que forman parte los Santuarios de Montserrat, Torreciudad, Lourdes y El Pilar y con la que se podrá potenciar este tipo de Turismo.

Este acuerdo se dirige a "posicionar a Zaragoza como destino tanto nacional como internacional de Turismo religioso", porque "entendemos que la ciudad tiene una gran capacidad para acoger este tipo de eventos" al combinar "perfectamente" la tradición religiosa y el patrimonio artístico y cultural, ha explicado Allué. Así, ha resaltado monumentos como la Basílica del

Pilar, primer templo mariano, el arte mudéjar, patrimonio de la humanidad, su Semana Santa, declarada de Interés Turístico Nacional, o la Ruta Jacobea del Ebro.

### Destino de Turismo religioso

La concejala de Turismo ha mencionado que trabajan con agencias de viaje y tuoperadores internacionales especializados en Turismo religioso y que han incrementado su presencia en ferias especializadas, "con el objetivo de posicionarnos como una de las ciudades con mayor atractivo en ese tipo de Turismo de toda España", y también como destino internacional. A su juicio, "el trabajo está dando resultados" ya que este año, en los diez

primeros meses, han llegado a la capital más de 150.000 personas, "que han venido a visitar la Basílica del Pilar, porque son en su mayoría devotos de la Virgen".

Se trata de turistas que "combinan perfectamente lo que es el Turismo religioso y el cultural", dado que "aprovechan su devoción cristiana para formarse culturalmente y enriquecerse con el patrimonio milenar de la ciudad", ha explicado Allué. La concejala también ha mencionado la importancia de las Jornadas Nacionales de Pastoral de Turismo, organizadas por la Conferencia Episcopal Española, que se han desarrollado en Zaragoza bajo el título "Turismo y arte. Dimensión evangelizadora de los espacios y patrimonio religioso".



La Basílica de El Pilar.

# Se pide 'simplificar' la regulación turística

El decano del Colegio de Abogados de Baleares (Icaib), Juan Font, ha señalado en el I Congreso Nacional de Derecho del Turismo, celebrado a finales de octubre en Palma de Mallorca que la regulación en el Sector es "excesiva y dispersa" y ha abogado por la "simplificación". Font ha animado a los participantes en este encuentro a convertir a Baleares en la "capital jurídica del Turismo sostenible y responsable" y ha destacado que el Congreso es "beneficioso para la abogacía, la sociedad y los agentes económicos y sociales que integran la actividad turística".

Así, el jurista ha manifestado que de las reflexiones del encuentro saldrá un consumidor "reforzado" en su protección, con "más y mejores mecanismos de defensa ante los eventuales abusos de los que pueda ser víctima". Además, se avanzará en las respuestas legales que el Derecho puede proporcionar a las



Joana Barceló

distintas realidades que conforman un Turismo "multiforme".

Por su parte, la consejera de Turismo del archipiélago, Joana Barceló, ha insistido en la necesidad de simplificar la ordenación del Sector con unas normas "seguras, fáciles y mejores", ya que así "se

eliminarían los obstáculos relacionados con la inversión en el Turismo" a los que tienen que hacer frente los empresarios. "La regulación en materia de Turismo debe poner el acento, además de en facilitar la propia actividad turística, en la calidad, la innovación y el incremento de los servicios", ha añadido Barceló. Por último, la consejera autonómica ha recordado que los "cuatro pilares" para conseguir un "óptimo" desarrollo de la actividad turística y un modelo "singular y diferenciador" son una mejor ordenación de la oferta, el marketing estratégico, la formación y la prioridad del Turismo dentro de las políticas públicas.

## Royal Caribbean gana 257 millones de euros

Royal Caribbean ha registrado en el tercer trimestre unos beneficios de 257 millones de euros, un 55% más que en el mismo periodo de 2009. Esta evolución obedece a la estabilidad de la demanda, a la mejora de las condiciones económicas y a los programas de recortes de costes. En este trimestre, la naviera ha ingresado 1.514 millones de euros, lo que representa una mejora del 16,6%.

## Los ingresos de Expedia aumentan en un 16%

Expedia ha concluido el tercer trimestre del año con un aumento de las reservas del 17% en tasa interanual. Esta evolución está motivada por el incremento del 14% de las transacciones, del 9% de las tasas aéreas y del 4% de la media de las tarifas de los hoteles que comercializa. Por mercados, en el nacional el incremento de las reservas ha sido del 16% y en el internacionales del 17%.

## El territorio será agente de ordenación en Andalucía

La Junta de Andalucía y los agentes económicos y sociales de la Comunidad preparan una modificación de la Ley del Turismo andaluza, que se adecuará al concepto de Turismo sostenible y de accesibilidad, e incorporará el territorio como agente de la ordenación y planificación de la actividad. Así lo ha asegurado el consejero de Turismo, Luciano Alonso.

## El Centro de Congresos de Vitoria creará empleo

El Centro Internacional de Congresos, Exposiciones y de las Artes Escénicas de Vitoria recibirá cada año unos 303.000 visitantes y su actividad aportará 64,4 millones de euros al PIB de la región, según un estudio del impacto que tendrá en la ciudad y la Comunidad. Con su puesta en marcha, el Centro Internacional se convertirá en motor y dinamizador de la economía según sus responsables.

## De enero a septiembre, Iberia registra unos beneficios de 53 millones de euros

British registra también unos beneficios de 133 millones de euros

En el tercer trimestre del año, Iberia ha conseguido un beneficio neto de 74 millones de euros y un resultado de las operaciones de 77 millones de euros, lo que supone mejorar en 90 y 133 millones de euros respectivamente los resultados de 2009. En el acumulado los beneficios de la aerolínea ascendieron a 53 millones de euros, con lo que se supera en 235 millones de euros la cifra del año anterior.

Este crecimiento se ha más que duplicado en el tercer trimestre,

cuando los ingresos de explotación fueron de 1.341 millones de euros, un 14,9% más que en 2009. Por su parte, de julio a septiembre, Iberia ha logrado incrementar los ingresos en todos sus segmentos de negocio, registrando un incremento del 13,5% en el de pasaje, un aumento "impulsado por el buen comportamiento del sector de largo radio", ha explicado la aerolínea.

Por su parte, la aerolínea británica British Airways (BA), en pleno

proceso de fusión con la española Iberia, ha salido de pérdidas en su primer semestre fiscal, finalizado el pasado 30 de septiembre, registrando unos beneficios después de impuestos de 133 millones de euros, ha informado la compañía en un comunicado. La cifra de negocio semestral de la aerolínea ha alcanzado los 5.099 millones de euros, lo que representa una mejora del 8,4% con respecto del mismo periodo del ejercicio anterior.

## Mapa Tours aumenta un 10% su presencia en las agencias

Los programas de Mapa Tours ya están disponibles en la mitad de las agencias de viajes minoristas del país. Durante este año, el tutoroperador ha conseguido que su índice de penetración en el canal "se incremente en un 10%", lo que para su director comercial, Oscar Sanz, "es todo un éxito".

Analizando esta evolución por áreas territoriales, Mapa Tours ha aumentado su presencia en todas las zonas. Algunas de las regiones donde más ha crecido son la Comunidad Valenciana, Andalucía y Galicia, con variaciones del

28%, 18% y 11,3%, respectivamente. Estos datos positivos también se han traducido en un incremento de las ventas del 17% en lo que va de año.

Según Sanz, "esta mejora se debe a la apertura de nuevos nichos de mercado donde antes no estábamos presentes, así como al diseño de programas de viajes atractivos y de calidad a un precio razonable". Actualmente, Mapa Tours cuenta con cinco delegaciones comerciales y una sede en Madrid, contando con un equipo de 80 profesionales.

# España es el primer país con más espacios naturales certificados con la Carta Europea de Turismo Sostenible

Andalucía es la región europea que tiene el mayor número de parques protegidos dedicados al Turismo sostenible

Andalucía se ha convertido en la región de la Unión Europea con más espacios protegidos reconocidos con la Carta Europea de Turismo Sostenible, con un total de 18. Andalucía se posiciona al frente de este ranking después de que los parques naturales de Bahía de Cádiz y Sierra de Tejada, Almirante y Alhama hayan recibido esta acreditación. Además, España es también el primer país europeo con más espacios adheridos a esta iniciativa.

En el acto de entrega de estos certificados, que ha tenido lugar en Italia, se ha concedido también la renovación de esta carta a los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Sierra de Grazalema, Los Alcornocales y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, como reconocimiento a los trabajos realizados para compatibilizar la conservación ambiental con el desarrollo turístico. Con la aplicación de esta

carta se pretende crear las condiciones necesarias para compatibilizar el desarrollo turístico y la preservación del patrimonio natural y cultural de estos enclaves.

La Carta Europea de Turismo Sostenible supone la implantación de un método y un compromiso voluntario para aplicar los principios que sostienen el Turismo sostenible, orientando a los gestores de los espacios naturales y a las empresas a definir estrategias ba-

sadas en la participación. De esta manera, se promueve la implicación de todos los sectores relacionados con el Turismo, entre ellos el de agencias de viajes, para la puesta en marcha de iniciativas encaminadas a desarrollar ese modelo turístico sostenible basado en la conservación de los valores y recursos de estos espacios.

Tal y como aseguran desde la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, el objetivo

de la Comunidad es "extender la implantación de este procedimiento de calidad al conjunto de los 24 parques naturales" con los que cuenta. Este sistema de calidad se concede a aquellos espacios protegidos que reúnen las condiciones necesarias para compatibilizar desarrollo turístico y preservación del patrimonio natural y cultural, a través de la aplicación de criterios de sostenibilidad en las actividades ligadas al Turismo.





Arquitectura, estética y ubicación excepcionales



**HOTEL HIBERUS**  
\*\*\*\*\*  
ZARAGOZA

Paseo de los Puentes, 2 • 50018 ZARAGOZA  
Tel. +34 876 54 2008 • Fax +34 876 54 2009 • hotelhiberus@palafoxhoteles.com

\*\*\*\*\* HOTEL PALAFOX Marqués de Casa Jiménez, s/n  
50004 ZARAGOZA • Tel. +34 976 23 77 00  
Fax +34 976 23 47 05 • hotelpalafox@palafoxhoteles.com

\*\*\*\*\* HOTEL GOYA Cinco de Marzo, 5  
50004 ZARAGOZA • Tel. +34 976 22 03 31  
Fax +34 976 23 21 54 • hotelgoya@palafoxhoteles.com

\*\*\*\*\* HOTEL PLAYA VICTORIA Glorieta Ingeniero La Cierva, 4  
11010 CÁDIZ • Tel. +34 956 20 51 00  
Fax +34 956 26 33 00 • hotelplayavictoria@palafoxhoteles.com

\*\*\*\*\* HOTEL REINA PETRONILA Alcalde Sáenz de Varanda, 7  
50008 ZARAGOZA • Tel. +34 876 54 11 36  
Fax +34 876 54 11 33 • hotelreina@palafoxhoteles.com

\*\*\*\*\* HOTEL ALFONSO Coto, 15-17-19  
50003 ZARAGOZA • (Próxima Apertura)

**PALAFOX HOTELES**  
www.palafoxhoteles.com

## La página de Go&Golf amplía servicios 'online'



La nueva *web* de Go&Golf ha mejorado su diseño y su estructura general, manteniendo su buen nivel de información y la posibilidad para el cliente de efectuar reservas y acabarlas en una agencia, añadiendo un área para proveedores.

La nueva *web* de Go&Golf ha mejorado su diseño y su estructura general, manteniendo su buen nivel de información y la posibilidad para el cliente de efectuar reservas y acabarlas en una agencia, añadiendo un área para proveedores.

## Vuelos y más servicios en la 'web' de Virgin Atlantic



La página de Virgin Atlantic informa sobre sus vuelos y permite al cliente final gestionar sus reservas, así como alojamientos, alquiler de coches, transfer y billetes de tren y bus, aunque todos ellos únicamente en algunos de sus destinos.

La página de Virgin Atlantic informa sobre sus vuelos y permite al cliente final gestionar sus reservas, así como alojamientos, alquiler de coches, transfer y billetes de tren y bus, aunque todos ellos únicamente en algunos de sus destinos.

## Información de servicios para organizar eventos



La *website* de GestionaEventos presenta a cualquier tipo de usuario una completa relación de proveedores de todas las categorías de servicio que se pueden necesitar al organizar cualquier tipo de evento en España o Portugal.

La *website* de GestionaEventos presenta a cualquier tipo de usuario una completa relación de proveedores de todas las categorías de servicio que se pueden necesitar al organizar cualquier tipo de evento en España o Portugal.

## La nueva 'web' de SNCF mejora todos sus servicios



SNCF dispone de una nueva *web* en la que normaliza al acceso a la información sobre el grupo, enlazando con otra página para los servicios a viajeros, que incluye reservas de tren y otros servicios, pero que no son válidas para agencias.

SNCF dispone de una nueva *web* en la que normaliza al acceso a la información sobre el grupo, enlazando con otra página para los servicios a viajeros, que incluye reservas de tren y otros servicios, pero que no son válidas para agencias.

## Hertz permite reservar en iPhone y el 'autocheck-in' en aeropuertos

Hertz ha lanzado los Kioscos Auto-servicio Express con pantallas táctiles que estarán distribuidas en nueve países de Europa y accesibles a todos los clientes que hayan prepagado su alquiler. Este anuncio coincide con el lanzamiento de la aplicación de la reserva gratuita para el iPhone, que estará disponible en 18 idiomas para los clientes en Europa.

La aplicación para iPhone cuenta con una gran aceptación en Estados Unidos y permite a los clientes guardar el número de socio Hertz #1 Club, hacer sus reservas y buscar oficinas de Hertz cercanas, señalar los lugares favoritos y recibir promociones especiales. La aplicación se puede descargar desde su *web*.

Al igual que una máquina de *auto check-in* de una compañía aérea, el Self Service Express es un sistema de reservas con pantalla táctil que recoge la información personal del cliente e identifica su reserva. Además, la solución permite a los clientes de Hertz seleccionar y comprar extras, como seguros, opciones de combustible o accesorios. Este servicio complementa el programa mundial de facturación *online* de Hertz, que ofrece a los



La aplicación de Hertz en el iPhone.

clientes la comodidad de iniciar el proceso de registro desde su hogar u oficina antes de viajar.

El presidente de Hertz Internacional, Michel Taride, ha manifestado que "hoy en día Hertz ofrece a los clientes una amplia gama de opciones sin precedentes en la industria de alquiler de vehículos con las que facilitamos los trámites de las reservas. Con la facturación *online* en todo el mundo, #1 Club Gold, y ahora los Kioscos de Autoservicio Express y una plataforma iPhone para reservas integrales, Hertz continúa liderando la industria en innovación para los clientes".

## SAS ofrecerá Internet a bordo en sus rutas intercontinentales y europeas en abril

Inicialmente estará disponible en los trayectos regionales noruegos

La aerolínea SAS ofrecerá próximamente los servicios de Internet y telefonía móvil a bordo, tanto en sus rutas intercontinentales como en las europeas. Este servicio

será gratuito para los pasajeros de clase Business y Economy Extra, mientras que para quienes vuelen en clase Economy podrán contratarlo pagando un suplemento.

El servicio de banda ancha a bordo de los vuelos de SAS a partir de abril permitirá el acceso a la red global, compras por Internet, películas y otros contenidos audiovisuales, juegos, información y distintos servicios en la ciudad de destino (por ejemplo, taxis o reserva de hoteles) y, además, información sobre el vuelo en tiempo real.

"Actualmente estamos negociando con diversos proveedores de servicios *online* para poder ofrecer a nuestros clientes de Business y Economy Extra Internet gratuito a bordo, servicio que comenzará a funcionar a partir del próximo mes de abril", ha señalado el director general de SAS para España y Portugal, Hallvard Bratberg. "En SAS siempre estamos buscando soluciones innovadoras para mejorar la experiencia de nuestros clientes a bordo, y este sistema de banda ancha en vuelo nos permite crear un paquete de servicios wifi para nuestros pa-



Los Boeing 737 serán los primeros de la flota de SAS con este servicio.

sajeros, incluyendo desde películas y otras propuestas de entretenimiento para quienes se encuentren en un viaje de ocio, hasta herramientas de comunicación para los que viajan por negocios", ha añadido Bratberg.

Los aviones Boeing 737 serán los primeros de la flota de SAS en tener los sistemas de conectividad insta-

lados, que se ofrecerán inicialmente en los trayectos regionales noruegos, así como en los vuelos desde Oslo y Estocolmo a Londres, Frankfurt o París. En una primera fase serán nueve B737 los que ofrecerán este servicio, a los que seguirá el resto de la flota destinada a vuelos de largo y corto recorrido.

## Nace la 'web' de la Vía de la Plata con vistas panorámicas e información de los municipios

El 'portal' también contará con mundos virtuales de los sitios de interés

El 'portal' sobre la Vía de la Plata ha sido creado con el objetivo de promocionar la calzada romana y los municipios que atraviesa, a través de Internet. Es un canal "abierto" y "vivo" que contiene documentación sobre el patrimonio de la vía, vistas panorámicas, vídeos y mundos virtuales, han explicado sus responsables.

El 'Proyecto la Vía 3D La Plata' ha contado con una inversión de 240.000 euros, financiados en un 70% por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y en el 30% restante por la Asociación de Pueblos de la Vía de la Plata. La nueva *web* ha sido presentado en Mérida por la subdelegada del Gobierno en Badajoz, Yolanda García Seco, y el alcalde de Astorga y presidente de la Asociación de Pueblos de la Vía de la Plata, Juan José Alonso Perandones, quien ha destacado la importancia de esta calzada romana como recurso patrimonial "de primer orden" que hay que preservar.



El 'portal' se ha creado para promocionar la calzada y los municipios.

Este 'portal' de la Vía de la Plata, calzada que atraviesa España de sur a norte, desde Mérida (Badajoz) hasta Astorga (Asturias), será una herramienta que, a la vez que promociona la calzada y su patrimonio, dará a conocer los "muchos pueblecitos hermosos" por los que transcurrir aprovechando el potencial "enorme" de

esta vía como recurso económico, ha explicado Perandones. La presentación de la *web* ([www.laviadelaplata.es](http://www.laviadelaplata.es)) ha tenido lugar en el Museo Nacional de Arte Romano, y también han estado presentes la portavoz del Ayuntamiento de Mérida, Estrella Gordillo y el alcalde del municipio cacereño de Aldeanueva del Camino.



Con este servicio los usuarios localizarán fácilmente los hoteles.

## Barceló incluirá en NAVTEQ sus hoteles en Europa y África

El grupo Barceló ha firmado un acuerdo con la empresa NAVTEQ para incluir a los establecimientos que la cadena tiene en Europa y el norte de África en su programa de mapas con tecnología GP's. Así, los usuarios de estos mapas, a los que es posible acceder a través de los principales sistemas de navegación, podrán localizar fácilmente las ubicaciones de los hoteles que la cadena mallorquina tiene en España, Alemania, República Checa, Bulgaria, Turquía, Marruecos, Túnez y Egipto,

gracias a su clara señalización con el logotipo corporativo del grupo.

A este respecto cabe destacar que según un estudio realizado recientemente por NAVTEQ más del 80% de los usuarios de sistemas de navegación prefieren ver los logotipos de la marca en el mapa en lugar de los iconos genéricos, mientras que el 62% de los mismos confirman que utilizan sus GPS's para dirigirse a los establecimientos que buscan, por ejemplo, tiendas, restaurantes u hoteles.

## Puntos fuertes

### ¿Cómo se puede ser más competitivo

**Pregunta.-** Soy director de una agencia de viajes. En los últimos años estoy observando cómo las compañías aéreas y otros proveedores incrementan la oferta de servicios complementarios, y temo que en el futuro mi negocio se vea perjudicado. ¿Qué podemos hacer los agentes de viajes para ser más competitivos en el mercado?

**Respuesta.-** Es cierto que algunos proveedores, como las aerolíneas están adoptando un papel activo en la oferta de servicios complementarios (especialmente reservas de hoteles y alquiler de coches), un terreno que hasta hace poco parecía estar reservado a las agencias de viajes. Esta tendencia fue iniciada por las aerolíneas de bajo coste y poco a poco se ha ido extendiendo a las grandes compañías aéreas.

Sin embargo, según recientes estudios, el solapamiento que hoy parece producirse entre aerolíneas y agencias de viajes se podría transformar con el tiempo en una relación de cooperación en la que ambas partes velarán por proporcionar al viajero una experiencia de viaje más integral. Esta sinergia corregiría sin duda el punto débil de la cadena de valor de los viajes de hoy: la falta de sintonía entre el vuelo y el transporte terrestre.

No obstante, algunos analistas afirman que las aerolíneas tienden a centrarse de nuevo en su negocio principal, la gestión de los vuelos, donde se sienten más cómodas. Por otra parte, muchos clientes prefieren el papel intermediario de una agencia a la reserva de servicios por separado que ofrece la compañía aérea y ese debe ser el punto de refuerzo de cualquier agencia.

En este contexto, las agencias de viajes deben apoyar más que nunca las ventajas que hasta ahora han proporcionado a sus clientes. Sus puntos fuertes son la confianza que genera el hecho de estar disponibles físicamente, la atención personalizada, el mayor conocimiento del destino y servicios que sólo puede

## 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](mailto:consultas@intermundial.es)

\*Sección ofrecida con la colaboración de  [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

ofrecerte un agente especializado, y los consejos adaptados a un viaje concreto. La falta de tiempo parece ser uno de los factores que conducen a muchas personas a escoger una agencia de viajes, pues elaborar un itinerario complejo en el que se minimicen las incidencias no es una tarea sencilla. Todo apunta a que las agencias se conviertan en el futuro en "gestores de estilos de vida", tendentes a ofrecer servicios personalizados relacionados con la salud, el bienestar y experiencias de viaje menos habituales.

La mejora de los puntos débiles de los viajes de hoy en día, como son la coordinación de diferentes servicios y proveedores, el servicio personalizado o el servicio postventa deben ser un área prioritaria de atención para las agencias de viajes. La oferta de un mayor servicio personal de apoyo in situ, y la garantía de asistencia durante todo el trayecto conducirán a una mejor experiencia de viaje.

## Viajes de negocios

### ¿Tendencias en los viajes de negocios

**Pregunta.-** Soy director de una agencia de viajes especializada en viajes de negocios. En los últimos dos años he sufrido los efectos de la recesión económica y si las cosas no cambian, me veré obligado a cerrar la empresa. ¿Podrían decirme cuáles son las previsiones de futuro para mi negocio?

**Respuesta.-** Como bien dices, la crisis económica ha afectado en gran medida a las agencias dedicadas a viajes de empresa, pues solo en el año 2009 el presupuesto destinado a los viajes se ha recortado hasta un 70 % en algunas compañías en todo el mundo.

Sin embargo, según los últimos estudios, los viajes de negocios se recuperarán del decrecimiento. El desarrollo que las economías emergentes están experimentando en la actualidad será un apoyo determinante en este crecimiento. Por otra

parte, en mayo de 2010 se registró una tasa de crecimiento anual de los viajes en clase Business y en primera lo que supera la recuperación de la clase turista, que registró un crecimiento del 10.2%. IATA apunta que el crecimiento de ambas clases se está viendo impulsado sobre todo por los viajes de empresa.

A pesar de las nuevas estrategias que muchas empresas han adoptado para reducir el presupuesto de viajes, las reuniones cara a cara se han revelado como una herramienta de trabajo de gran importancia. Se estima que un 40% de los clientes potenciales se perderían sin el contacto directo y que un 28% de los negocios actuales se vendrían abajo sin el apoyo de las reuniones en persona. Mujeres y hombres de negocios de todo el mundo han afirmado en las encuestas su preferencia por las reuniones convencionales en áreas como las ventas o el desarrollo del negocio. En EE UU se ha llegado a la conclusión de que cada dólar invertido en viajes de empresa supone un beneficio de 12,50 dólares para su negocio.

Es cierto que la crisis económica, las alteraciones del tráfico aé-

reo y la mejora de las tecnologías han sido factores determinantes en la generalización de las videoconferencias, pero éstas, a pesar de todo, lejos de sustituir a los viajes de empresas se convertirán en un complemento de los mismos. En lugar de contemplar el incremento de las reuniones virtuales como una amenaza, las agencias de viajes deberán considerarlas como una oportunidad de negocio, ampliando sus funciones tradicionales: ofrecer soluciones integrales a las empresas incluyendo la coordinación y gestión de las reuniones virtuales en centros de conferencias u establecimientos hoteleros, minimizar los costes de las compañías y las incomodidades de los viajes, convirtiéndose en auténticos propiciadores de los negocios.

En los próximos años el 50% de las empresas aumentarán su volumen de viajes, pero buscando reducir sus costes, labor para la que el papel asesor de las agencias de viajes será primordial. Especialización, dedicación y anticipación en el negocio, asesoramiento y capacidad de negociación con proveedores serán claves para las agencias a la hora de afrontar su futuro.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

[www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

 **Intermundial**  
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga  
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

# Most r a d o r



El Renault Fluence ZE será uno de los dos modelos de vehículos eléctricos.

## Avis ofrecerá antes de finalizar 2011 el alquiler de vehículos eléctricos

Avis ofrecerá a sus clientes la oportunidad de conducir un coche de alquiler eléctrico antes de que finalice 2011 en España, Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Bélgica y Portugal. Para ello, la empresa de alquiler de coches ha anticipado un pedido de 500 unidades de los modelos Renault Fluence ZE y Renault Kangoo Express ZE.

El consejero delegado de Avis Europa, Pascal Bazin, ha explicado que "los modelos eléctricos complementan la oferta existente y ofrecen una alternativa al alquiler de coches tradicional que beneficia tanto a los clientes corporativos

como a los particulares, preocupados por el impacto de la conducción en el medioambiente".

Los vehículos eléctricos de Renault se suman a la oferta de movilidad sostenible de Avis. Entre otras características, sus vehículos tienen un máximo de seis meses de antigüedad para garantizar la máxima eficiencia de combustible. También ofrece un gran número de coches que funcionan con combustibles alternativos a la gasolina o el gasóleo. Además los clientes pueden compensar sus emisiones de carbono antes de iniciar el viaje.

✉ [www.avis.es](http://www.avis.es)

## Catai Tours diseña una Navidades diferentes por Centroeuropa

La oferta incluye grupos exclusivos a Berlín, Flandes, Tirol y Baviera y Alemania

La tradición de los mercados navideños está profundamente arraigada en Centroeuropa, donde las fiestas navideñas se viven de una forma muy especial. Para disfrutar

de estas fechas en estos destinos, Catai Tours presenta un año más su programación especial, con viajes donde muchos de ellos son grupos exclusivos.

Catai Tours lleva años realizando una programación especial para disfrutar de la Navidad en Europa, y los días libres que proporciona el Puente de la Constitución hacen de esta época el momento perfecto para una escapada a la Europa más tradicional. Todas las ofertas incluyen un descuento del 7% por reserva anticipada de 60 días, los precios incluyen las tasas y carburante y tienen salida el 4 de diciembre, con una duración de cinco días y cuatro noches.

La mayoría de las propuestas invitan a conocer los Mercados de Navidad. Así Catai oferta 'Mercados de Navidad en Berlín', desde 967 euros, con grupo exclusivo Catai para el Puente; 'Mercados de Navidad en Flandes', desde 920 euros, también con grupo exclusivo; 'Mercados de Navidad en el Tirol y Baviera', desde 899 euros, con grupo exclusivo; 'Mercados de Navidad en Cracovia', desde 1.080 euros con *tour* regular



Praga es una de las propuestas de Catai para estas Navidades.

con guía en castellano; 'Mercados de Navidad en Praga y Bohemia', desde 988 euros y *tour*; y 'Mercados de Navidad en Selva Negra y Alsacia', desde 1.147 euros y *tour*.

También dispone de 'Alemania Mágica en Familia', desde 976 euros (adultos) y 115 euros (niños) con grupo exclusivo Catai para el Puente

recorrido por Frankfurt, Colonia y Rothenburg con actividades incluidas pensadas para toda la familia. Por último, el único con una duración de cuatro días y tres noches, con salida el 5 de diciembre, 'Nápoles y sus belenes', desde 860 euros, también con grupo exclusivo Catai.

✉ [www.catai.es](http://www.catai.es)

## Iberia inaugura su nueva clase de negocios para los vuelos más largos del medio radio

El primer vuelo que ha ofrecido Business Club despegó el 21 de octubre desde Madrid a Malabo

Iberia acaba de estrenar Business Club, su nueva clase *business*. La cabina, más espaciosa, dispone de 14 plazas y cuenta con todo tipo

de pequeños detalles para que el pasajero esté más cómodo. Además, ofrece servicios de entretenimiento como una consola de última

generación, una Play Station Portable (PSP) con pantalla LCD. La gastronomía de a bordo también ha sido mejorado.

Iberia ha inaugurado su nueva clase *business* para los vuelos más largos del medio radio. El primer vuelo que ofrece la Business Club, como así la han denominado, despegó el 21 de octubre desde Madrid con destino Malabo, pero esta clase también estará disponible, en principio, hacia las ciudades de Lagos, Moscú, Tel Aviv y El Cairo.

Esta nueva clase se incluye dentro del Plan Estratégico de Mejora del Servicio al Cliente, al igual que la remodelación a principios de este año de la clase Business Plus —la clase de negocios para el largo radio—, la inauguración de servicios para hacer más cómodo el viaje como el Fast Track —acceso de seguridad exclusivo—, la ampliación del embarque por móvil a más destinos de la red de la compañía, o la mejora de las salas VIP de Iberia.

La cabina de Business Club dispone de 14 plazas, con una distribu-

ción de dos butacas a cada lado del pasillo y una separación entre filas de hasta 50 pulgadas (1,27 metros). Las butacas son completamente nuevas, más espaciaosas y con una anchura de 55 centímetros. Además, el respaldo, el reposapiernas y el reposapiés están dirigidos por control mecánico. También cuenta con pequeños detalles como un nuevo reposacabezas ajustable en cuatro posiciones, una percha individual o espacio para los objetos personales.

Para el entretenimiento personal cada cliente dispone de una consola de última generación, una Play Station Portable (PSP), con pantalla LCD, en la que pueden disfrutar de los últimos estrenos cinematográficos, las mejores series y hasta diez canales de audio con los éxitos musicales. Además, para más comodidad dispone de una carcasa protectora para que cada cliente pueda apoyar la PSP en la mesa.



Butaca de la nueva Business Club.

Los elementos de confort también han sido renovados. Los clientes de la Business Club encontrarán a bordo un neceser exclusivo, una manta de doble cara, y una almohada. Por su parte, el servicio gastronómico de a bordo también ha sido mejorado para ofrecer mayor calidad y más prestaciones. Los clientes de

la Business Club disponen igualmente de mayor franquicia de equipaje y prioridad de entrega del mismo, mostradores de facturación exclusivos y *parking* gratuito durante tres días en el aeropuerto de Madrid o Barcelona. Asimismo, tienen acceso a la sala VIP Velázquez

✉ [www.iberia.es](http://www.iberia.es)

## El programa de fidelización de Hilton lanza una promoción

El programa de fidelización de Hilton Worldwide, Hilton HHonors, ha lanzado su última promoción global, 'Spend a Sunday, Gain a Faster Getaway' (pernocte en domingo y obtenga una escapada más rápidamente). La promoción, que está disponible hasta el 31 de diciembre, permite a los miembros ganar puntos dobles para una estancia completa e incluso puntos cuádruples si incluyen un domingo por la noche en su próximo viaje.

La promoción está abierta para cualquiera de los hoteles Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Hilton Hotels & Resorts, Doubletree, Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton Hotels, Homewood Suites by Hilton o Home2 Suites by Hilton. Para aprovechar la oferta, los miembros sólo necesitan registrarse en HHonors.com/Sunday y reservar y alojarse en cualquiera de los hoteles participantes. La oferta es válida para estancias realizadas hasta el 31 de diciembre, y está sujeta a disponibilidad. Las condiciones completas de la oferta están disponibles en la página de registro.

✉ [www.hiltonhonor.com/Sunday](http://www.hiltonhonor.com/Sunday)

## ■ Club NEXOTUR

# Wordhotels ofrece rebajas del 50% más de 300 establecimientos

Worldhotels lanza una promoción especial con descuentos del 50% sobre tarifa oficial a miembros del Club NEXOTUR. Están incluidos los más de 300 hoteles que la cadena tiene en todo el mundo. Ofere-

### Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 21**

ta válida excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad. Para más información sobre esta promoción puede llamar al número 900 99 49 54 o entrar en la web [www.worldhotels.com](http://www.worldhotels.com).

## ■ Fam Trip



Cerca de 30 agentes de viajes han participado en el torneo de Go&Golf.

## Torneo de golf para profesionales

Alrededor de 30 profesionales del Sector Turístico han participado en el IV Torneo de Golf Agentes de Viajes, organizado por Go&Golf en el Hotel Balneario de Mondariz, de Pontevedra. Go&Golf cuenta en su programación con más de 100 destinos nacionales e internacionales, que se distribuyen en exclusiva a través de las agencias de viajes del mercado español.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 de noviembre

Carolina Prieto, V. Airbus, A Coruña; M. Teresa Puig Chico, V. Villa, Barcelona; M. Teresa Fernández Moreno, V. Paz, Valencia; Roberto Baños, Hotel Cuzco, Madrid; José María Pérez, V. Playa de Oro, Sitges; Rosalía Fabeiro, V. Barraña, Boiro; Jose Caballero, Brighton Travel, Sevilla; M<sup>a</sup> José Ramis Font, V. Artemis, Denia; Inma González, V. Juan de la Cierva, Getafe; Raúl Villaverde, V. Zeppelin, Madrid.

### 9 de noviembre

Maribel Carreras, V. Iberplan, Cerdanyuola del Vallés; Inmaculada Fuentes, Távora V. y Congresos, Villamanrique de la Condesa; Lola Rojas, V. Ibermar, Madrid; Elena Fernández, Transpireneo, Colmenar.

### 10 de noviembre

Vicente Marín, V. Dondequieras, Valencia; Elena Gutiérrez, V. Aznaltour, Aznalcázar; Salvador Martínez, V. Agora, Almería; Juan Delgado Moyano, V. Rosaleda, Málaga; Eva Barja, V. Sagitur, Pinto; Susana Calle, V. Rico, Puerto de Santa María; Ángeles Pastor, V. Montesol, Barcelona.

### 11 de noviembre

Mar Diez, Iberitalia, Madrid; Francisco Pérez Escribano, V. Dinamar, Ceuta; Manuel Zurdo, V. Sin Límite, Leganés; Kenia Karina López Intriago, V. Imperio, Madrid; Andrés Vaquero, V. Halcón, Segovia; Guillermo Fuster Travel, Barcelona; Julián Yusta, V. Manjón, Madrid; Javier Jorcano, V. Anayet, Zaragoza; Juan M. Canal García, V. Altair, Santander; Laura Molinos Miguel, V. Oda, Burgos; Raquel Ramírez Escalona, V. Ortuño, Cartagena; Luis Soler Ribaudi, Avui Viatges, Sabadell; Luisa Salas, Aventurismo, Barcelona; Verónica Cabanillas, V. Halcón, Elda; Iván de la Fuente, V. Barceló, Avilés; Ivana Garrote, V. Madrás, Barcelona; Javier Robledillo, Acacia Tour, Girona.

### 12 de noviembre

Raquel Blanco, V. Vibur, Burgos; Miguel Jiménez Leal, V. SGO, Madrid; Almudena Cocera de Juana, V. Alcatour, Fuenlabrada; Beatriz Escobar, V. Esgotour, Torrijos; M<sup>a</sup> Belén Poveda Ganga, V. Iberia, Elche; Raquel Blanco Renes, V. Viabur, Burgos; Gema González, V. Batmantours, Madrid.

### 13 de noviembre

Fernando Arregui, V. Ecuador, Valdemoro; Belén Añorga, V. Navarra, Pamplona; Rufino Porrero, Oisa, Madrid; Jaime Borau Calero, J&S Incentius, Barcelona; Fernando Barco Villanueva, V. Iberia, Logroño; Gotzone Loinas, V. Eguzki, Rentaría; Raquel Atienza, Mikami Travel, Madrid; Juan Antonio Iglesias, Club de V. Alcampo-Ge, Getafe; Esther de la Vega, V. Arium, Tarragona; Gema Carretero, V. Ibermar, Torrent.

### 14 de noviembre

M. Cecilia Ortiz, V. Almeida, Barcelona; Alberto Batiste Navarro, Viatges Elite, Calella; Rosa Batet Calvet, Viatges Mestres, Reus; Juan Luis Magallón, V. Euroexpress, Pamplona; Juan Luis Arquellada Enciso, V. Janeiro, Madrid; Miguel Antonio Senara, V. Sti, Palma de Mallorca; Jose Maria Parra, V. Emerita, Mérida; Alfonso Burrillo Jiménez, V. Saucó, Zaragoza; M<sup>a</sup> José Carreño, V. Aldemur, Alhama de Murcia, Murcia; Virginia Go-salve, V. Gheisa, Valencia; Sandra Previ, V. San Luis, San Luis.

**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](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

**NEXOTUR**  
 De Profesional a Profesional

## ■ Breves

### Qatar inaugura sus vuelos a la isla de Phuket

Qatar Airways inauguraba en octubre sus vuelos a la isla de Phuket, el segundo destino que ofrece en Tailandia y la octava ruta que pone en marcha en lo que va de año. La nueva ruta, que se opera desde el aeropuerto qatari de Doha, vía Kuala Lumpur, hasta la isla, se ha programado para proporcionar conexiones a varios mercados estratégicos en Europa.

### Visitas turísticas accesibles para discapacitados en Málaga

Desde el pasado verano y hasta diciembre, el Ayuntamiento de Málaga dispone de visitas turísticas por la ciudad, accesibles para personas con movilidad reducida y deficiencias visuales y auditivas. De esta manera, se quiere acercar los monumentos y espacios más turísticos de la capital a toda la ciudadanía.

### Copa Airlines anuncia nuevo destino a la Isla de St. Martin

A partir del 18 de diciembre, Copa Airlines operará una ruta directa de Panamá hacia la isla caribeña de St. Martin. El nuevo vuelo partirá de Panamá los martes y sábados a las 12:22 p.m. y llegará a St. Martin a las 4:17 p.m. El vuelo de regreso sale de la isla los mismos días a las 5:30 p.m. y aterriza en Panamá a las 7:44 p.m.

### 'Refugios urbanos', la propuesta de Meliá para escaparse

En septiembre, Gran Meliá y Meliá Hotels & Resorts relanzaban su promoción de 'Refugios urbanos'. Esta promoción consiste en el regalo de un bono de 20 euros por habitación y por noche, hasta un máximo de tres noches y 60 euros, para consumir en servicios del establecimiento, como *spa*, restaurantes o minibar, y es válida hasta diciembre.

### Air Berlin ofrece vuelos directos Berlín-Basilea

A partir del 24 de febrero, Air Berlin volará hasta dos veces al día desde Berlín-Tegel a Basilea. De lunes a viernes el primer avión despegará a las 08:55 y el segundo a las 17:10. Los sábados a las 08:55 y los domingos a las 17:10. Entre semana desde Basilea despegarán a las 06:35 y a las 19:15, los sábados a las 06:35 horas y los domingos a las 19:15 horas.

# Asturias oferta 'paquetes' de ópera más cena a cargo de cocineros Michelin

En esta primera edición las obras representadas serán las de 'Tosca' Y 'Aída'

La Sociedad Regional de Turismo (SRT) ha aunado gastronomía asturiana y cultura "para revolucionar el mercado turístico" con una oferta de 'paque-

tes' que incluyan ópera y una cena con los actores con un menú especialmente diseñado por dos cocineros 'Michelin', Pedro Morán y Koldo Miranda.

SRT ha diseñado una serie de 'paquetes' vacacionales para disfrutar de la gastronomía y la cultura de Asturias. Como explica su presidenta, Noelia Menéndez, esta iniciativa "pionera", que se quiere hacer extensible a otros establecimientos hoteleros y hosteleros, es un ejemplo de colaboración público-provada, que es a su vez garantía de éxito.

Las cenas se servirán después de la actuación de las óperas 'Tosca', el 20 de noviembre, y 'Aída', el 4 de diciembre. La primera será servida por Koldo Miranda y la segunda por Pedro Morán, ambos cocineros Michelin. El objetivo es continuar esta apuesta en 2011 con la participación de más cocineros asturianos.

Es por ello que, aunque no se ha avanzado un precio de este 'paquete', se está ya trabajando con las principales comercializadoras turísticas *online* y minoristas de espectáculos el 'paquete' que incluye ho-



El objetivo es continuar con este proyecto en 2011.

tel, entrada y servicio de restauración, aunque podrá comprarse también espectáculo más cena. Según Menéndez, se quiere poner en marcha "en breves semanas".

Para reforzar esta idea de "éxito" con el cambio de programación, Alejandro Calvo ha indicado que desde que se puso en

marcha, más de 20.000 personas han asistido a los programas desarrollados en la Laboral, lo que, a su juicio, permite seguir avanzando y apostando por la participación de empresas privadas. "Queremos fortalecer esta oferta", ha adelantado.

✉ [www.infoasturias.com](http://www.infoasturias.com)



## Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

### BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

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

D./Dª: .....  
 Agencia: .....  
 Dirección: .....  
 Ciudad: ..... Prov.: .....  
 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

# 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
<b>A SU AIRE</b>	<b>18% de descuento</b> a miembros del Club y <b>10%</b> 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
<b>GRUPO NATURA</b>	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
<b>GUAMA</b>	<b>Descuento del 30%</b> 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
<b>OCTOPUSTRAVEL</b>	<b>15% de descuento</b> 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
<b>ACCOR HOTELES</b>	Hasta <b>75% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
<b>HOTASA HOTELES</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>BEST WESTERN</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOSTERÍAS REALES</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTELES MONTE</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTELES SIDI</b>	<b>70 euros/noche</b> 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
<b>HUSA HOTELES</b>	<b>45% de descuento</b> 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
<b>OCA HOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>PARADORES</b>	<b>50% de descuento</b> a miembros del Club en temporada baja y <b>25%</b> 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
<b>PLAYA SENATOR</b>	<b>50% de descuento</b> para miembros y acompañantes en temp. baja y <b>25%</b> 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
<b>WORLDHOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>AVIS</b>	<b>5% de descuento</b> 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
<b>HERTZ</b>	Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> 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
<b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>	<b>30% de descuento</b> sobre la tarifa oficial a miembros del Club y <b>15%</b> 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
<b>HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL</b>	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
<b>EUROPEA DE SEGUROS</b>	<b>85% de descuento</b> 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
<b>INTERMUNDIAL SEGUROS</b>	<b>30% de descuento</b> 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



**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](http://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](http://www.amave.org)

# Hot el er ia

## Las pernoctaciones crecen más del 8% en septiembre y los precios descienden por 22º mes consecutivo

Las pernoctaciones de los españoles aumentaron un 0,4% y las de los extranjeros un 13,5%

Los establecimientos hoteleros españoles han registrado 29,7 millones de pernoctaciones en el mes de septiembre. Esta cifra supone un in-

cremento del 8,3%, si se compara con el mismo periodo del año anterior. Por su parte, los precios de los hoteles han bajado en un 1,2% y

acumulan de esta forma 22 meses consecutivos de descensos, según los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En septiembre las pernoctaciones en los hoteles españoles se han incrementado en un 8,3%, con 29,7 millones, según el INE. Para el instituto este aumento se ha debido tanto al comportamiento de los turistas españoles —con un 0,4% más— como al de los extranjeros —con un 13,5% más—.

En cuanto a la estancia media, este valor se ha situado en 3,5 pernoctaciones por viajero en septiembre. Esta cifra representa un incremento del 1,1% respecto al mismo mes del año pasado. Además, los establecimientos hoteleros han ingresado 42,8 euros por habitación disponible y han facturado de media 68,2 euros por habitación ocupada.

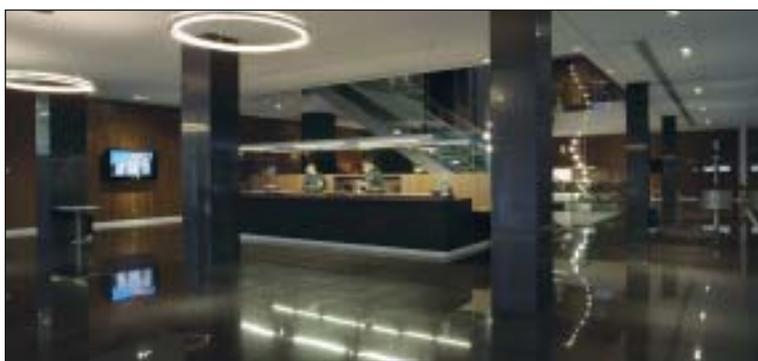
El informe del INE hace también referencia al número de pernoctaciones de los viajeros extranjeros. Así, indica que 10,5 millones de pernoctaciones han correspondido a turistas de Alemania y el Reino Unido. En el primer caso, el aumento interanual ha sido del 15,7%, mientras que en el segundo, del 8,8%.

Por su parte, los turistas procedentes de Francia, Italia y Países Bajos —siguientes mercados emisores— han registrado tasas del 7,9%, del 11,4% y del 5,5%, respectivamente.

El principal destino elegido por los extranjeros ha sido Baleares, una Comunidad autónoma en la que sus pernoctaciones se han incrementado en un 12% respecto a septiembre de 2009. Le han seguido Cataluña, con una tasa interanual del 15%, y Canarias, con un 22,8%. Por su parte, para los turistas españoles, los destinos preferidos han sido Andalucía, la Comunidad Valenciana y Cataluña, con tasas interanuales del 4,8%, -1,7% y -9%, respectivamente.

### IPH del -1,2% en septiembre

En cuanto a la tasa interanual del Índice de Precios Hoteleros (IPH), el INE indica que este valor ha sido del -1,2% en septiembre, una tasa inferior en 0,6 puntos a la obtenida en agosto y de 6,1 puntos más que



La rentabilidad del sector no mejora por el descenso de los precios.

de la del mismo mes de 2009. Por otro lado, la facturación por habitación ocupada ha alcanzado en el periodo analizado un valor medio de 68,2 euros —0,4 euros menos que hace un año— y el ingreso medio por habitación disponible se ha situado en 42,8 euros —2,1 euros más que un año antes—.

Por otro lado, los precios hoteleros han bajado en el noveno mes del año en todas las categorías: un 2,8% en los de cinco estrellas oro,

un 1,6% en los de cuatro estrellas de oro y un 1,5% en los de tres y dos estrellas de plata. Sólo se salvan los de una estrella de oro y una estrella de plata, donde subieron un 1,2% en ambos casos. Finalmente, la facturación media de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) en septiembre fue de 68,2 euros, lo que supone 0,4 euros menos respecto a hace un año. El ingreso por habitación disponible (RevPar) alcanzó los 42,8 euros.

## Marriott ingresa 203 millones de euros entre enero y septiembre de este año

Marriott ha ingresado 203 millones de euros entre enero y septiembre. Cifra que contrasta con las pérdidas de 323 millones de euros del mismo periodo de 2009. Por otra parte, su cifra de negocio ha alcanzado los 5.752 millones de euros, un 6,9% menos que en el mismo tramo del ejercicio anterior, cuando facturó 5.383 millones.

La cadena estadounidense ha explicado que en lo que respecta al tercer trimestre del año, registró un beneficio neto de 59,3 millones de euros, frente a las pérdidas de 335 millones de euros del mismo periodo del año pasado. Los ingresos descienden a 1.895 millones de euros, un 7,1% menos en la tasa interanual, cuando se situó en 1.478 millones de euros.

Al respecto, el consejero delegado de Marriott, J.W. Marriott, ha destacado que la demanda del segmento corporativo y de viajes "sigue fortaleciéndose", así como los precios minoristas. "El negocio hotelero internacional mostró un crecimiento tremendo con un aumento del Ingreso por Habitación Disponible (RevPar) del 12%", ha añadido.

En cuanto a las previsiones para 2011, Marriott prevé que los resultados sean mejores que los de este año, ya que la demanda y los precios "se-



Marriott prevé crecer en 2011.

guirán fortaleciéndose", con un aumento del RevPar de entre el 6% y el 8%. Además, el grupo espera abrir entre 25.000 y 30.000 habitaciones en todo el mundo.

Por otra parte, Marriott y AC Hoteles han firmado un acuerdo preliminar para formar una *joint venture* con el objetivo de gestionar y franquiciar una nueva marca hotelera compartida en Europa y Latinoamérica. Las dos cadenas esperan completar el acuerdo antes de final de año, de forma que la nueva marca AC by Marriott se presente en 2011. Así, los más de 90 hoteles de AC repartidos entre España, Italia y Portugal, se incorporarán a la nueva marca bajo contratos de gestión o franquicia.

## Sol Meliá espera ingresar 130 millones de euros en sus ventas por Internet

Sol Meliá espera ingresar 130 millones de euros este año a través de sus ventas *online*, un 16% más que en 2009, como ha anunciado en la 'I Jornada sobre reputación *online*' organizada por la Escuela de Turismo Sant Ignasi y la empresa Magma Turismo. Así, el director de Marketing de la cadena, Daniel García, ha destacado que, a día de hoy, la página *web* de Sol Meliá recibe más de 500.000 visitas diarias, que podrían superar el millón a finales de 2010. En cuanto a las ventas, las transacciones a través del *web site* corporativo y de los principales distribuidores hoteleros *online* supondrán unos ingresos superiores a los 130 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 16% respecto a 2009.

La 'I Jornada sobre reputación *online*' ha reunido a los principales actores del sector hotelero y de las redes sociales para debatir sobre cuándo y cómo deben posicionarse las marcas hoteleras en los social media. Así, una de las principales conclusiones de este encuentro ha sido que la principal función y poder que sustentan las redes sociales es que en ellas es el propio consumidor quien genera los conteni-

dos, y es aquí donde las marcas "tienen que estar atentas si quieren conocer realmente el grado de satisfacción de sus clientes", tal y como ha subrayado Magma Turismo.

Al respecto, el director general de Hotel Juice, Albert Barra, ha manifestado que hasta ahora el proceso de venta de una habitación "concluía una vez el cliente realizaba el pago", mientras que actualmente las redes sociales como Facebook, Twitter o Youtube han introducido un "factor determinante" en este proceso, que es la reputación.

El socio director de la agencia de social media Digital Seed, Oscar Vayreda, ha llamado la atención sobre la necesidad de que la reputación tiene que ser "analizada y medida continuamente" por las marcas con el objetivo de mejorar sus estándares de calidad. Por último, el socio de la consultora Laura Miró, Joan Miró, ha subrayado que es importante también "ser proactivos", ya que las marcas "tienen que enamorar, atraer, dinamizar y empatizar con sus clientes", generando contenidos de interés sobre su actividad y sus productos, lo que requiere "equipos de trabajo bien preparados".

## ■ Producto

Sheraton ampliará cartera en 50 nuevos hoteles, de los que 28 estarán en China

Sheraton ampliará su cartera en 50 nuevos hoteles en 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. Esta estrategia de expansión se llevará a cabo por la "creciente influencia de los nuevos viajeros en mercados emergentes tras la recuperación económica".

## Cuatro hoteles de Palace Resorts del Caribe mexicano se afilian a Wyndham

Cuatro hoteles de lujo de la cadena Palace Resorts en el Caribe mexicano pasarán a funcionar bajo la marca Wyndham, aunque seguirán siendo propiedad de la primera, que se encargará de su gestión. Se trata del Xpu-Ha Palace de la Riviera Maya, que se reposicionará como un Wyndham Resort; el Beach Palace de Cancún, el Isla Mujeres Palace y el Playacar Palace, que obtendrán la designación Wyndham Grand Resort.

## El Hotel Boutique Meninas de Madrid celebra el quinto aniversario de su apertura

El Hotel Boutique Meninas de Madrid ha cumplido cinco años desde su inauguración, un periodo en el que se ha convertido en uno de los establecimientos "más singulares y carismáticos de la ciudad". El establecimiento dispone de 37 habitaciones y se basa en un concepto de "hotel cercano". El alojamiento se encuentra en un edificio "muy singular" de la segunda mitad del XIX, en el corazón de Madrid, en el barrio de Palacio, cerca del Palacio Real. Se integra en el grupo que incluye el Hotel Ópera.

## El Hotel Hospes Maricel de Mallorca recibe el Premio a la Excelencia de Villégiature

El Hotel Hospes Maricel de Mallorca ha recibido el Premio Villégiature a la Excelencia Hotelera, gracias, entre otras cuestiones, a la calidad de su *spa* Bodyna. Hospes cuenta actualmente con diez establecimientos, uno de ellos en París. La cadena ha explicado que uno de los principales atractivos del hotel es su emplazamiento.



# 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**

# CEHAT demandará a Thomas Cook ante el Tribunal de Competencia de la Comunidad Europea

Hotrec ha publicado una declaración de siete puntos en la que apoya las reclamaciones del Sector

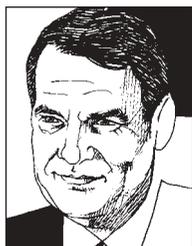
La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) demandará al turoperador británico Thomas Cook ante el Tribunal de la Com-

petencia de la Comunidad Europea para que no se vuelva a repetir la "posición de dominio unilateral" por parte de un turoperador. Por su parte la

Organización Empresarial Europea de Hoteles, Restaurante y Cafeterías (Hotrec) ha realizado una declaración de siete puntos sobre este conflicto.

CEHAT ha celebrado una asamblea general en la que se ha informado a los hoteleros de las actuaciones que está llevando a cabo Servisegur, el bufete de abogados contratado por la Confederación para asesorar legalmente a los empresarios. En este encuentro se ha planteado la posibilidad de agrupar todas las cantidades descontadas por Thomas Cook y hacer una reclamación global. Sin embargo, el presidente de la Asociación Hotelera de Menorca (Ashome), Joan Melis, ha precisado que esta opción es "más complicada" y que "no es la que pensamos que va a prosperar".

Melis se ha referido además al anuncio de la consejera de Turismo y Trabajo del Govern balear, Joana Barceló, de que revisarán los convenios firmados con el turoperador británico



Juan Molas

ya ha manifestado que "estamos totalmente de acuerdo con esta postura", que puede "obligar a retroceder a Thomas Cook" en su decisión de aplicar descuentos unilaterales.

Por otro lado, la Organización Empresarial Europea de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (Hotrec), en su LXI Asamblea General, ha hecho una declaración de siete puntos en la que se refiere al conflicto de Thomas Cook con el sector. En primer lugar, la organización considera que, sin haber dado ningún tipo de autorización, un "importante número de hoteles" en sus respectivos países han sufrido un "descuento unilateral" del 5% aplicado por Thomas Cook, que se ha aplicado a las facturas de los meses de agosto y septiembre.

Además, esta conducta, "si tiene éxito al final", sería un "precedente" que podrían seguir otros operadores e intermediarios en el futuro, "con consecuencias trágicas para la industria hotelera europea". En tercer lugar, Hotrec ha mostrado su "más firme rechazo" a esta decisión, que "rompe los principios de la ética de los negocios" y que es el "inicio de la pérdida de confianza entre hoteleros y turoperadores".

"Esta acción es abusiva, injustificada, supone un grave incumplimiento de los contratos firmados y tendrá un significativo impacto negativo en los establecimientos hoteleros de todos los tamaños y categorías", ha añadido. En quinto lugar, la Asamblea ha rechazado también la "amenaza" de Thomas Cook de que no firmará nuevos contratos con los hoteles que hayan renunciado a aceptar el 5% de

descuento en los precios acordados en los contratos.

De la misma forma, Hotrec ha recordado que la concentración de turoperadores y el descenso de los márgenes de intermediación en los últimos años ha significado la desaparición de muchas pequeñas empresas. "Estas prácticas han permitido a los grandes operadores crear monopolios, aprovechando la ventaja que les permite la fragmentación de la oferta hotelera, causando un grave perjuicio al consumidor final", ha añadido. Por último, la organización europea ha anunciado que se estudiarán y se pondrán en marcha "todas las acciones legales posibles a nivel nacional y europeo" y "cualquier otro tipo de iniciativas" que permitan demostrar que esto es un "claro abuso de posición de dominio" tipificado en la legislación europea.

## Las pymes optan por alquilar apartamentos para reducir un 50% el coste de alojamiento

Otra de las razones es el requerimiento de una 'estancia más confortable'

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) optan por alquilar apartamentos y prescindir de los hoteles para ahorrarse un 50% del coste de alojamiento en los via-

jes de negocios de sus empleados, según Niumba. El precio de un apartamento de lujo es similar o inferior al de una habitación en un hotel de cuatro estrellas.

En ciudades como Madrid o Barcelona el coste del alquiler de un apartamento de lujo, situado en un área de negocios, tiene un coste aproximado de 130 euros por noche. En esa línea, la agencia de viajes Niumba afirma que el precio medio de una habitación *single* en un hotel de categoría similar asciende a entre 150 euros y 200 euros.

El ahorro que supone el alojamiento para dos personas durante

una semana en un apartamento frente a un hotel asciende hasta al 50% del importe, es decir 2.800 euros frente a 1.400 euros. Según ha constatado el 'portal' de reservas Niumba, esta alternativa de alojamiento está siendo especialmente demandada por las pymes, que suelen optar por contratar directamente los servicios de hospedaje evitando las reservas a través de las agencias de viajes.

Asimismo, la directora general de Niumba, María José González-Barros, ha destacado que "durante los viajes de trabajo es frecuente que las jornadas laborales se alarguen, y las personas desplazadas valoran disponer de una estancia confortable, diferenciada del dormitorio, como es el salón o una cocina". Esta sensación "se incrementa cuando los empleados están fuera de su hogar más de tres o cuatro días", ha resaltado.

## Los alojamientos extrahoteleros registran más de un 2% más de pernoctaciones en agosto

Las estancias aumentan en este mes en los apartamentos y los 'campings'

Los alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, campings y alojamientos de Turismo rural), han registrado 21,5 millones de pernoctaciones en agosto, un

2,4% más que en el mismo mes de 2009, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Las pernoctaciones de españoles crecen un 0,6% y las de extranjeros un 4,6%.

El incremento del 2,4% en las pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros se ha debido, según el INE, al repunte del 0,6% en los clientes españoles y del 4,6% en los extranjeros. Igualmente, la estancia media, que ha subido un 0,8%, con 6,4 pernoctaciones por viajero, también es una de las causas. El instituto también hace balance del acumulado del año, un periodo en que las pernoctaciones en los alojamientos extrahoteleros han

acumulado un aumento del 0,9% respecto al mismo periodo de 2009.

En concreto, las pernoctaciones en apartamentos se han incrementado un 4,3% en tasa interanual, con 10,3 millones, por el aumento de las de los españoles (2,5%) y de los extranjeros (5,5%). En agosto los acampamientos turísticos han superado los 9,5 millones de pernoctaciones, un 1,4% más que en el mismo mes de 2009. Los alojamientos rurales han experimentado

una caída del 2,8%, con 1,6 millones. Las pernoctaciones de españoles en los campings se han incrementado un 0,5% y las de extranjeros un 2,9%. Por su parte, en los alojamientos de Turismo rural las pernoctaciones de los españoles han disminuido un 4,3%, frente al aumento del 6,5% en las de los extranjeros. Castilla y León ha sido el destino preferido en esta clase de alojamientos, con 259.669 pernoctaciones (un 3% menos).

## Producto

Starwood abre un nuevo hotel en Tucson, para los clientes del segmento MICE

Starwood Hotels & Resorts ha abierto en Tucson (EE UU) el Four Points Tucson Airport, un establecimiento destinado especialmente a los viajeros de negocios que cuenta con una superficie para reuniones de 1.000 metros cuadrados. La cadena ha explicado que este nuevo alojamiento hotelero se encuentra a menos de ocho kilómetros de la sede de las principales empresas e instituciones gubernamentales, como la Guardia Nacional Aérea de Arizona.

Fiesta abrirá en verano un hotel en Ibiza que 'aportará un nuevo concepto vacacional'

Fiesta Hotel Group abrirá el Ushuaia Ibiza Beach Hotel en el verano de 2011, un alojamiento con un "nuevo concepto vacacional" que incluye actuaciones en vivo, ambiente VIP y servicio 24 horas. Esta apertura se enmarca en la "continua política de expansión y especialización" de la cadena presidida por Abel Matutes. Así, el nuevo hotel tiene previsto contar con sesiones en vivo de los mejores DJ's del panorama actual y conciertos de grupos de reconocido prestigio, además de servicio las 24 horas, tecnología de sonido "puntera" y las mejores marcas del mercado.

Equalitas Vitae valora el trabajo de Epotx-Etxea por unas instalaciones accesibles

Equalitas Vitae ha reconocido la labor de la casa rural Epotx-Etxea de Getaria (Guipúzcoa) en materia de accesibilidad y adaptabilidad por haber construido una nueva vivienda respetando todos los detalles para las personas con movilidad reducida. Equalitas Vitae ha destacado que, con esta renovación de su oferta, Epotx-Etxea acerca el Turismo rural a un público objetivo "en constante crecimiento", como es el Turismo senior, el familiar y, especialmente, el Turismo de personas con discapacidad.

Los clientes de Hotel.info distinguen al Hotel UR Palacio Avenida de Palma

El Hotel UR Palacio Avenida de Palma, situado en el centro de Palma de Mallorca, ha recibido la distinción de Hotel.info que le reconoce como uno de los mejores establecimientos de este 'portal' online, según las opiniones de los clientes. El alojamiento se encuentra en el "centro neurálgico" de la ciudad, cerca de los principales puntos de comunicación, del centro financiero y del centro comercial de Palma de Mallorca.

## Un juzgado quita la gestión de cuatro hoteles al Grupo Jale

La secretaria de Comercio, Hostelería y Turismo de Comisiones Obreras (CCOO) en Málaga, Lola Villalba, ha asegurado que el juzgado de lo mercantil número uno de Cádiz ha quitado al Grupo Jale la gestión de cuatro hoteles de Andalucía, en los que se designarán administradores judiciales. Villalba precisa que se trata del Hotel Incosol de Marbella (Málaga), el Hotel Colón Costa Ballena de Cádiz, el Duques de Medinaceli del municipio gaditano de Puerto de Santa María y el Palacete Mirador de Córdoba.

En estos establecimientos se va a contratar a una persona que se encargará de su gestión directa bajo la supervisión de la administración concursal y esta responsabilidad, según la representante de CCOO, podrá recaer en alguien que ya forme parte de las plantillas de estos alojamientos. Al respecto, Villalba ha expresado su confianza en que el final de estos hoteles sea "feliz", al igual que sucedió con el Hotel Los Monteros de Marbella.

Respecto a la situación concreta del Hotel Incosol, la representante sindical ha asegurado que la "única solución" pasa por vender el establecimiento a un nuevo comprador. Se trata de un establecimiento inmerso en un concurso de acreedores en el que hay cerca de 200 trabajadores, 150 de ellos fijos.

# Factor Ocio presenta alojamientos y otras actividades a las agencias

El 'sitio' web de Factor Ocio ofrece, exclusivamente a las agencias de viajes registradas, la posibilidad de gestionar fácilmente sus reservas de alojamientos rurales y todo tipo de actividades turísticas en el entorno del Turismo rural en toda España.



www.factorocio.es

Factor Ocio, empresa mayorista especializada en Turismo rural, ofrece a las agencias de viajes una página no disponible para el cliente final, en la que pueden gestionar sus reservas de alojamientos y otras actividades en el entorno rural mediante un sistema de selección por tipo de servicio, provincia, zona, localidad o nombre. La página, que dispone de un diseño y una estructura amigables y de fácil uso, presenta versiones en castellano, inglés, portugués, francés, italiano, alemán, catalán y gallego, completas para los alojamientos y parciales en las actividades.

### INFORMACIÓN

Dispone de dos áreas de gestión, una para alojamientos, a los que se accede por provincia en un plano, nombre, comarca o localidad y otra a experiencias, por tipo y región. En ambos casos ofrece las alternativas e información adecuada del seleccionado.

### RESERVA

Tanto para los alojamientos como para las experiencias presenta, exclusivamente a las agencias registradas en la página, el sistema de reservas de Ruralgest, de fácil uso, para lo que abre nuevas ventanas, manteniendo en segundo plano la de Factor Ocio.

### GENERAL

Incluye áreas de información sobre la empresa y sus objetivos, así como sobre sus servicios a agencias de viajes, establecimientos turísticos, empresas de actividades y destinos turísticos. En todos los casos incluye un formulario de solicitud de alta en el sistema.

#### ▲ Lo Mejor / Gestión Agencias

Ofrece una gestión exclusiva a las agencias de viajes que incluye alojamientos y propuestas de interés en toda España.

#### ▼ Lo Peor / Ventanas

Por su forma de enlace con Ruralgest, dependiendo de su forma de uso, abre un número excesivo de ventanas.

### FACTOR OCIO / Turoperador

#### 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	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

### EVALUACION NEXOTUR.COM

Factor Ocio ofrece en su página en Internet un amplio conjunto de servicios relacionados con el Turismo rural, activo y cultural, dedicado en exclusiva a las agencias de viajes españolas y de otros países, por lo que puede ser de utilidad para gestionar ese tipo de servicios.

7,9



**Entrada /** Presenta el acceso a áreas de información para agencias, alojamientos, proveedores de actividades y destinos.



**Producto /** Seleccionando alojamiento o experiencia por comarca o por nombre, presenta las alternativas y su descripción.



**Reserva /** Dispone de un sistema de reservas de alojamientos y experiencias de fácil uso, exclusivo para agencias registradas.

# Reserva para clientes, agencias y empresas en la 'web' de Shangri-La

Shangri-La, cadena hotelera con establecimientos de alto nivel en los cinco continentes, presenta una página muy cuidada, en la que informa sobre sus hoteles y su entorno, incluyendo un completo sistema de reservas para todo tipo de usuarios.



www.shangri-la.com

El grupo hotelero Shangri-La, con sede en Hong Kong, presenta una página que dispone de una estructura y un diseño muy cuidados, pero de difícil lectura debido a los colores utilizados, en la que informa de sus hoteles distribuidos por los cinco continentes, aunque con mayor presencia en Extremo Oriente. También incluye un completo sistema que permite a clientes, agencias y empresas gestionar sus reservas y acceder posteriormente a ellas y al estado de su cuenta. Sin embargo, la web presenta únicamente versiones en inglés, chino y japonés.

### INFORMACIÓN

Permite el acceso a sus hoteles desde una sucesión de mapas y desde una relación por continentes y países. Presenta, en varias pantallas, una adecuada descripción del hotel, sus habitaciones y tarifas, así como de su entorno incluyendo un calendario de eventos.

### RESERVA

Tanto el cliente final como los agentes de viajes registrados, las empresas con acuerdos corporativos y los grupos, disponen de un completo sistema de reservas con información de todas las alternativas y posibilidad de acceso posterior a su cuenta y sus reservas.

### GENERAL

La página incluye un amplia sección de información sobre la empresa y otra sobre sus programas de fidelización. También incluye un área de ofertas, a las que se puede acceder por tipo de hotel, situación y fecha y presenta una sección para planificación de eventos.

#### ▲ Lo Mejor / Reservas

Ofrece, a todo tipo de usuarios, incluidos los grupos, una completa gestión de reservas, con acceso a la cuenta y a las reservas.

#### ▼ Lo Peor / Diseño

Su diseño de pantallas, aunque adecuado desde el punto de vista estético, resulta muy incómodo por los colores utilizados.

### SHANGRI-LA / Hoteles

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

La página en Internet de Shangri-La, aunque con alguna dificultad para su lectura y sin versión en castellano, resulta una herramienta de interés para las agencias registradas, a las que ofrece un completo sistema de reservas que, además, pueden acceder a su cuenta

7,2



**Entrada /** Presenta el acceso a todos sus hoteles o por tipo, a la reserva, a un área de planificación de eventos y a otras áreas.



**Producto /** Se accede a los hoteles en un mapa activo o en un listado. Presenta una completa descripción en varias pantallas.



**Reserva /** Dispone de un sencillo sistema de reservas, válido para clientes finales, grupos, acuerdos corporativos y agencias.

# La 'web' de Avro permite reservar sus vuelos sólo para el cliente final

Avro Flights presenta una sencilla página en Internet en la que ofrece alguna información sobre la compañía y las características de sus vuelos, así como una guía de sus horarios y la posibilidad de gestionar reservas, únicamente para el cliente final.



www.avro.com

El 'sitio' de Avro Flights, compañía aérea de 'bajo coste' perteneciente al Grupo Monarch, con sede en Londres, ofrece únicamente en inglés, una información limitada sobre el grupo, la compañía, sus vuelos y horarios. También dispone de un sencillo sistema de reservas de vuelos sin escalas, válido únicamente para el cliente final, con pago mediante tarjeta de crédito, que confirma online mediante un bono que se debe cambiar por el billete en el aeropuerto. El sistema no permite el mantenimiento posterior de la reserva, que se debe efectuar offline.

### INFORMACIÓN

Permite descargar una guía de sus vuelos en PDF, en los que distingue los periodos de invierno y de verano. También informa sobre las características de sus vuelos a distintos destinos y zonas y una relación de otros servicios y el enlace con su gestión de reservas.

### RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas de vuelos, en el que ofrece las distintas alternativas en el entorno de las fechas solicitadas. Es válido únicamente para el cliente final, con pago mediante tarjeta, y genera una confirmación a sustituir por el billete en el aeropuerto.

### GENERAL

La página incluye alguna información sobre la compañía como parte del Grupo Monarch, del que ofrece otras páginas en Internet. También informa de la situación de sus oficinas y representantes en los diferentes aeropuertos en que opera habitualmente.

#### ▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Por su sencillo diseño, resulta muy fácil gestionar en esta página reservas de sus vuelos, siempre de un sólo trayecto.

#### ▼ Lo Peor / Limitaciones

Sólo ofrece versión en inglés, no está disponible para las agencias y obliga a sustituir el bono por un billete antes del viaje.

### AVRO / Línea Aérea

#### Ponderación de los Valores

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

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

La página de Avro Flights está diseñada exclusivamente para proporcionar la información mínima necesaria para que el cliente final pueda gestionar unas reservas muy sencillas de sus vuelos, por lo que no es de utilidad para los profesionales de Turismo.

5,7



**Entrada /** Incluye la gestión de reservas, sus ofertas, el acceso a sus vuelos por zona y al resto de sus áreas de información.



**Producto /** Presenta una guía de vuelos en PDF, información de sus vuelos por zona y una guía de otros servicios.



**Reserva /** Su sistema de reservas, válido únicamente para cliente final, es de fácil uso, aunque de propósito limitado.

# Riojaforum presenta su página en la Red con una nueva presentación

Riojaforum dispone de una nueva versión de su página en Internet, en la que ha modificado el diseño de sus pantallas y ha incluido un formulario para la solicitud de reserva de sus espacios, aunque no ha ampliado la información de espacios ni de servicios.



www.riojaforum.com

La nueva web de Palacio de Congresos de La Rioja, aunque modifica sensiblemente el diseño de sus pantallas, aporta pocas ventajas respecto de la anterior, ya que aunque ahora presenta una estética más llamativa, su nuevo colorido hace más difícil su lectura, sin haber ampliado su nivel de información, aunque ahora existe un formulario de reservas. Sin embargo, ha unificado eventos y actos culturales en la misma agenda, con una información muy completa. Por el momento, dispone únicamente de versión en castellano, habiendo desaparecido la que existía en inglés.

### INFORMACIÓN

Ofrece la relación de sus espacios y por cada uno de ellos una limitada descripción, sus planos y características técnicas en PDF y un formulario para solicitar un presupuesto. Sin embargo, del edificio sólo ofrece algunas fotografías y sus diferentes formas de acceso.

### SERVICIOS

En el área de servicios sigue incluyendo únicamente una información general y alguna relación de los tipos de servicio que ofrece a los organizadores. Tampoco informa sobre proveedores, ni ofrece una relación de servicios ni tarifas, aunque incluye un formulario de reserva.

### EVENTOS

Ofrece una completa agenda de eventos y espectáculos por meses, con una descripción general y la posibilidad de acceder a la información completa y al acceso a su página para los eventos y a la compra de entradas cuando se trata de un espectáculo.

#### ▲ Lo Mejor / Agenda

Su agenda de eventos y espectáculos es útil e incluye una amplia información, con enlaces para información y reservas.

#### ▼ Lo Peor / Información

No ha ampliado la información de espacios y servicios, con un diseño de peor visibilidad en la nueva versión.

### RIOJAFORUM / Congresos

#### Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
8	% DEL PRODUCTO									
10	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
6	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	INFORMACIÓN A EXPOSITORES									
10	INFORMACIÓN A VISITANTES									
10	INFORMACIÓN DEL ENTORNO									
6	OTROS SERVICIOS									

**EVALUACION NEXOTUR.COM**

La página de Riojaforum sigue siendo de limitado interés para los organizadores de eventos por la escasa información que ofrece sobre su oferta de servicios a expositores, aunque ha mejorado porque ahora ofrece un formulario para solicitar las reservas de espacios.

5,7



**Entrada /** Presenta una nueva pantalla inicial, muy sencilla, que incluye el acceso a todas las áreas de información.



**Servicios /** Ofrece una descripción limitada sus servicios y de cada espacio, su plano en PDF y un formulario para reservar.



**Eventos /** Incluye un calendario de eventos por mes, de los que ofrece una relación y una completa descripción del seleccionado.

# Indicadores

## EL PULSO

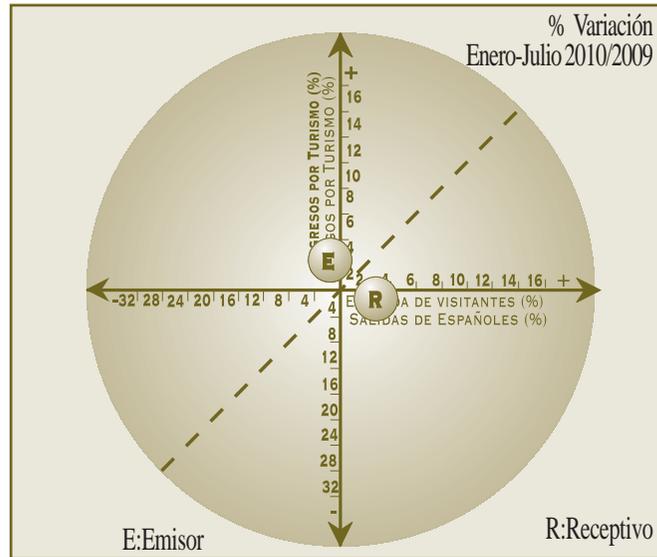
### Datos opuestos

UNA VEZ MÁS se contradicen, al menos aparentemente los datos del Banco de España e Instituto de Estudios Turísticos. Según la Balanza de Pagos de la entidad bancaria, el Emisor se sigue recuperando con un alza del 3,5% en el periodo acumulado de enero a agosto, es decir prácticamente abarcando toda la temporada alta, salvo lo marginal de septiembre. Sin embargo, los datos de Familiarit, en este caso hasta julio, hablan de una reducción del 5,9% en el total de viajes de residentes en España. Eso sí, tomando el periodo para el que hay datos definitivos, que sólo llega hasta abril los viajes realizados al extranjero aumentaron en un 17%, lo que, de alguna manera sí concordaría (no cuantitativa, pero sí cualitativa) con la tendencia indicada por el Banco de España. Demasiada confusión, sin embargo en unas cifras que deberían al menos converger un tanto o ser coherentes entre sí, y que además en el caso de Familiarit, tampoco coinciden con las impresiones del Sector.



JOSÉ ARQUERO

SITUACION RECEPTIVO Y EMISOR



## INDICE NEXOTUR / TURISMO RECEPTIVO Y EMISOR

NO SE ACABA DE entender que en las circunstancias actuales, el IPC de los hoteles siga creciendo, más allá de al estacionalidad, en relación a los datos del año pasado. En efecto, el correspondiente a septiembre mostró un 1,1% de aumento sobre el del mismo mes de 2009, a pesar de la recesión generalizada. En parte puede deberse a una mayor

afluencia de turistas extranjeros, pero también, a una ligera desestacionalización que ha llevado a muchos españoles, normalmente sin obligaciones escolares, a posponer sus vacaciones a dicho mes, en detrimento de agosto, buscando precios más ventajosos. De ser así, habría que esperar a los datos de octubre para tener una panorámica más ajustada de la evolución anual.

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	59,93	DINAMARCA	Corona	7,46	LETONIA	Lats	0,71	RUMANIA	Leu	4,30
ALBANIA	Lek	138,40	DJIBOUTI	Franco	244,72	LIBANO	Libra	2.089,37	RUSIA	Rublo	42,26
ANGOLA	Kwanza	128,80	DOMINICA	Dólar E. Caribe	3,76	LIBERIA	Dólar	98,86	SALOMON	Dólar	10,98
ANT. NEERL.	Guilder	2,49	ECUADOR	Dólar	34.811,30	LIBIA	Dinar	1,75	SAMOA OCC.	Tala	3,35
ANTIGUA	Caribe	3,76	EEUU	Dólar	1,39	LITUANIA	Litas	3,45	SAN CRISTOBAL	Dólar E. Caribe	3,76
ARABIA SAUDI	Rial	5,22	EGIPTO	Libra	8,02	MACAO	Pataca	11,14	SAN VICENTE	Dólar E. Caribe	3,76
ARGELIA	Dinar	102,44	EL SALVADOR	Colón	12,18	MACEDONIA	Denar	61,53	SANTA HELENA	Libra	0,89
ARGENTINA	Peso	5,51	ERITREA	Nakfa	20,89	MADAGASCAR	Ariary	2.786,99	SANTA LUCIA	Dólar E. Caribe	3,76
ARMENIA	Dram	499,19	ESTONIA	Kroon	15,65	MALASIA	Ringgit	4,34	SAO TOME	Dobra	24.486,20
ARUBA	Florin	2,49	ETIOPIA	Birr	22,98	MALAWI	Kwacha	209,95	SENEGAL	Franco CFA	655,96
AUSTRALIA	Dólar Australiano	1,42	FIJI	Dólar Fiji	2,58	MALDIVAS	Rupia	17,82	SERBIA	Dinar	106,40
AZERBAIJAN	Manat	1,12	FILIPINAS	Peso	60,29	MALI	Franco	655,96	SEYCHELLES	Rupia	17,01
BAHAMAS	Dólar Bahamas	1,39	GABON	Franco CFA	655,96	MALVINAS	Libra Falkland	0,89	SIERRA LEONA	Leone	5.728,97
BAHRAIN	Dinar	0,53	GAMBIA	Dalasi	38,99	MARRUECOS	Dirham	11,25	SINGAPUR	Dólar	1,81
BANGLADESH	Taka	98,06	GEORGIA	Lari	2,47	MAURICIO	Rupia	41,36	SIRIA	Libra	64,21
BARBADOS	Dólar Barbados	2,78	GHANA	Cedi	1,99	MAURITANIA	Ouguiya	394,76	SOMALIA	Shilling	2.165,26
BELIZE	Dólar Belize	2,72	GRANADA	Dólar E. Caribe	3,76	MEXICO	Peso	17,23	SRI LANKA	Rupia	155,61
BENIN	Fco. CFA	655,96	GUAM	Dólar USA	1,39	MOLDAVIA	Leu	16,61	SUAZILANDIA	Lijangeni	9,67
BERMUDA	Dólar Bermuda	1,39	GUATEMALA	Quetzal	11,15	MONGOLIA	Tugrik	1.797,65	SUDAFRICA	Rand	9,67
BHUTAN	Ngultrum	62,09	GUINEA	Peso	655,96	MONTENEGRO	Euro	1,00	SUDAN	Libra	3,30
BIELORRUSIA	Rublo	4.182,92	GUINEA BISSAU	Franco CFA	655,96	MONTserrat	Dólar	3,76	SUECIA	Corona	9,23
BOLIVIA	Boliviano	9,78	GUINEA ECUAT.	Franco	9.816,80	MOZAMBIQUE	Metical	50,48	SUIZA	Franco	1,36
BOSNIA-HERZ.	Marka	1,96	GUYANA	Dólar	282,31	MYANMAR	Kyat	8,93	SURINAM	Dólar	3,82
BOTSWANA	Pula	9,15	HAITI	Gourde	55,35	NAMIBIA	Rand	9,67	TAILANDIA	Baht	41,69
BRASIL	Real	2,36	HONDURAS	Lempira	26,31	NAURU	Dólar	1,42	TAIWAN	Dólar	42,90
BRUNEI	Dólar Brunei	1,81	HONG-KONG	Dólar	10,81	NEPAL	Rupia	99,34	TAJIKISTAN	Somoni	6,10
BULGARIA	Lewa	1,96	HUNGRIA	Forint	274,86	NICARAGUA	Gold	30,19	TANZANIA	Shilling	2.095,64
BURKINA FASSO	Fco. CFA	655,96	INDIA	Rupia	62,09	NIGER	Franco CFA	655,96	TOGO	Franco CFA	655,96
BURUNDI	Franco	1.714,25	INDONESIA	Rupia	12.444,30	NIGERIA	Naira	211,17	TONGA	Pa'anga	2,59
CABO VERDE	Escudo	110,17	IRAN	Rial	14.579,00	NORUEGA	Corona	8,09	TRINIDAD	Dólar	8,83
CAMBOYA	Rial	5.865,00	IRAQ	Dinar	1.623,74	NUEVA ZELANDA	Dólar	1,87	TUNEZ	Dinar	1,94
CAMERUN	Franco CFA	655,96	IS. CAIMAN	Dólar Is. Caiman	1,14	OMAN	Rial	0,54	TURKEMENISTAN	Manat	19.793,70
CANADA	Dólar Canada	1,43	IS. VIRG. BRIT.	Dólar	1,39	PACIF. FRANCES	Franco CPF	119,25	TURKS & CAICOS	Dólar US	1,39
CHAD	Franco CFA	655,96	IS. VIRG. USA	Dólar	1,39	PAKISTAN	Rupia	119,70	TURQUIA	Lira	1,99
CHILE	Peso	678,47	ISLANDIA	Corona	156,24	PANAMA	Balboa	1,39	TUVALU	Dólar Australiano	0,70
CHINA	Yuan (o)	9,27	ISRAEL	Shekel	5,05	PAPUAN. GUIN.	Kina	3,67	U.E.A.	Dirham	5,11
COLOMBIA	Peso	2.536,84	JAMAICA	Dólar	118,39	PARAGUAY	Guaraní	6.913,52	UCRANIA	Hryvnia	11,06
COMORES	Franco	491,97	JAPON	Yen	113,37	PERU	Nuevo Sol	3,89	UGANDA	Shilling	3.164,34
CONGO	Franco CFA	655,96	JORDANIA	Dinar	0,99	POLONIA	Zloty	3,96	URUGUAY	Peso	28,13
CONGO (R.D.)	Franco	1.267,04	KAZAKHSTAN	Tenge	205,43	PUERTO RICO	Dólar USA	1,39	UZBEKISTAN	Sum	2.262,34
COREA NORTE	Won	1,81	KENYA	Shilling	112,44	QATAR	Rial	5,07	VANUATU	Vatu	133,65
COREA SUR	Won	1.564,03	KIRGUISISTAN	Som	65,12	R. CENTROAF.	Franco CFA	655,96	VENEZUELA	Bolivar (o)	5,98
COSTA MARFIL	Franco CFA	655,96	KIRIBATI	Dólar Australiano	1,42	R. DOMINICANA	Peso	51,80	VIETNAM	Dong	27.131,90
COSTA RICA	Colón	713,30	KUWAIT	Dinar Kuwaiti	0,39	REINO UNIDO	Libra	0,89	YEMEN	Rial	298,68
CROACIA	Kuna	7,34	LAOS	Kip Pot Po	11.146,60	REP. CHECA	Corona	24,55	ZAMBIA	Kwacha	6.474,89
CUBA	Peso Cubano (o)	1,39	LESOTHO	Maluti	9,67	RUANDA	Franco	821,90	ZIMBABUE	Dólar	526,90

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

## Principales Indicadores Económicos

INDICADOR	Período	Dato	% Variación	Comentarios
Ingresos por turismo	Enero-Agosto 2010	26.830M	+2,7% (anual)	Recuperación en alza
Pagos por turismo	Enero-Agosto 2010	8.038M	+3,5% (anual)	Buenos resultados
Viajes de residentes en España	Enero - Julio 2010	93M	-5,9% (anual)	Comienza el crecimiento
IPC / Hoteles	Septiembre 2010	113,749	+1,1% (anual)	Alza poco comprensible

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

## Previsión

**Dólar USA**

2.11.2010  
1,393 \$/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	1,444 \$/€
	6 Meses	1,442 \$/€
	12 Meses	1,444 \$/€

**Yen Japonés**

2.11.2010  
111,940 ¥/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	110,879 ¥/€
	6 Meses	110,798 ¥/€
	12 Meses	111,064 ¥/€

**Libra Esterlina**

2.11.2010  
0,867 £/€

Precios del Seguro de Cambio

PERIODOS Y TIPO DE CAMBIO	3 Meses	0,862 £/€
	6 Meses	0,863 £/€
	12 Meses	0,868 £/€

# 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 91-5970910
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
EV EMPRENDER 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 Americas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MAS 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 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS 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.visioncrueros.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 Americas, cc Americas PZL26 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
RETEL 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

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

### Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	☎ 91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN Joaquín Costa, 15-1 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. Adequarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

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

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

**NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**

Consúltenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: [www.mesonero-romanos.com](http://www.mesonero-romanos.com)

Mesonero-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](http://www.Nexotur.com)

## Las agencias buscan profesionales con buen nivel de inglés

La web [www.nexotur.com](http://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.

■ **Inversora de Hoteles Urbanos.** Hotel. Barcelona. Se necesita recepcionista para hotel de cuatro estrellas ubicado en Barcelona. Requisitos: inglés, persona acostumbrada a trabajar en equipo y con ganas de desarrollar una carrera profesional dentro de una empresa hotelera en plena expansión. También se valorarán conocimientos de francés y otros idiomas. C.V.: [frontmaritim@besthotels.es](mailto:frontmaritim@besthotels.es).

■ **Viajes Día Libre.** Agencia de viajes. Madrid. Se ofrece puesto de agente de viajes. Requisitos: conocimientos altos de Amadeus, experiencia mínima de cinco años en viajes corporativos y buen nivel de inglés. C.V.: [blanca.duran@diablibre.com](mailto:blanca.duran@diablibre.com).

■ **Viajes JGB.** Agencia de viajes. Madrid. Se busca responsable para agencia de viajes minorista. Sus funciones serán la venta a clientes en mostrador y gestión de la oficina. Requisitos: experiencia en agencia de viajes y capacidad de dirección de oficina. Indispensable conocimiento de Amadeus. C.V.: [jviajesjgb@gmail.com](mailto:jviajesjgb@gmail.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](mailto: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](mailto:madrid@viajesgoya.com).

■ **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](mailto:almudena.pimentel@viajeseco.com).

■ **Mimba Expediciones.** Agencia de viajes. Madrid. Se precisa agente de viajes a medida que asesore a los clientes, confeccione itinerarios y realice presupuestos. Requisitos: 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](mailto: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 en agencia, formación adecuada,

conocimientos de esquí y demás deportes de invierno. C.V.: [info@grupevasion.com](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:jl_arq@hotmail.com).

■ **IA Viajes.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia de viajes en continua expansión busca agentes 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@iaviajes.com](mailto:maribel.espana@iaviajes.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.: [viajesgala@terra.es](mailto:viajesgala@terra.es).

## Agentes de viajes

Los datos completos y el *currículum vitae* de cada demandante están disponibles en [www.nexotur.com](http://www.nexotur.com), junto a más de medio millar de demandas de empleo.

■ **Agente de viajes.** 34 años. Madrid. [hluelmo@hotmail.com](mailto:hluelmo@hotmail.com). ☎ 637 15 42 58.

■ **Agente de viajes.** 39 años. Madrid. [ileanaandone@yahoo.es](mailto:ileanaandone@yahoo.es). ☎ 656 93 30 81.

■ **Agente de viajes.** 32 años. Madrid. [betholivares@hotmail.com](mailto:betholivares@hotmail.com). ☎ 618 38 86 67.

■ **Agente de viajes.** 51 años. Madrid. [libra.59@hotmail.com](mailto:libra.59@hotmail.com). ☎ 615 61 68 05.

■ **Agente de viajes.** 29 años. Madrid. [sergio githebest@hotmail.com](mailto:sergio githebest@hotmail.com). ☎ 645 14 82 17.

■ **Agente de viajes.** 25 años. Madrid. [wwwvicky@hotmail.com](mailto:wwwvicky@hotmail.com). ☎ 646 46 25 99.

■ **Agente de viajes.** 31 años. Barcelona. [mserrano79@hotmail.com](mailto:mserrano79@hotmail.com). ☎ 671 06 25 76.

■ **Agente de viajes.** 31 años. Madrid. [mabyfar@yahoo.es](mailto:mabyfar@yahoo.es). ☎ 649 42 27 29.

■ **Agente de viajes.** 40 años. Madrid. [lady mariam\\_34@hotmail.com](mailto:lady mariam_34@hotmail.com).

■ **Agente de viajes.** 26 años. Madrid. [patricia\\_fernandez@hotmail.com](mailto:patricia_fernandez@hotmail.com).

■ **Agente de viajes.** 31 años. Madrid. [k.soboh@hotmail.com](mailto:k.soboh@hotmail.com). ☎ 616 02 56 12.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Programmación de golf

↑ La nueva web de Go&Golf ha mejorado el diseño de sus pantallas y su estructura general, manteniendo su buen nivel de **información** y la posibilidad para el cliente de efectuar reservas y acabarlas en una agencia, añadiendo un área para proveedores.

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

↑ Las agencias pueden gestionar sus **reservas** y las de los clientes.



<http://www.goandgolf.net>

## Hoteles en Marrakech

↑ La página en Internet de Palmerie H&R presenta, sin ninguna **información** sobre la empresa, la descripción de cuatro hoteles en Marrakech, incluyendo un útil sistema de reservas, válido para las agencias, que permite su mantenimiento posterior.

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

↑ Su sistema de **reservas** es válido para clientes y agencias.



<http://www.palmerie-marrakech.com>

## Vuelos desde UK

↑ La página de Virgin Atlantic **informa** sobre sus vuelos y permite al cliente final gestionar sus reservas, así como alojamientos, alquiler de coches, transfer y billetes de tren y bus, aunque todos ellos únicamente en algunos de sus destinos.

⇒ Su **utilidad** está limitada a vuelos desde Gran Bretaña.

↓ Solo permite gestionar **reservas** al cliente final.



<http://www.virgin-atlantic.com>

## Nueva 'web' de SNCF

↑ SNCF dispone de una nueva página, en la que normaliza al acceso a la **información** sobre el grupo, enlazando con otra web para todo lo relacionado con los servicios a los viajeros, que incluye reservas de tren y otros servicios no válidos para las agencias.

↑ La nueva página ha incrementado sensiblemente su **utilidad**.

↓ Sigue sin contemplar la **reserva** desde agencias.



<http://www.sncf.com>

## Turismo en París

↑ La página oficial de Turismo de París presenta un amplio conjunto de **información** para viajeros y profesionales de Turismo, así como un sistema de reservas de hotel, únicamente para el usuario final, y el enlace con centrales de otros servicios.

⇒ Sería de más **utilidad** ampliando su nivel de información.

↓ Sólo ofrece la **reserva** de alojamientos al cliente final.



<http://fr.parisinfo.com>

## Servicios para eventos

↑ La página de Gestiona Eventos **informa** a cualquier tipo de usuario, esté o no registrado, sobre una completa relación de proveedores de todas las categorías de servicio que se pueden necesitar al organizar cualquier tipo de evento en España o Portugal.

↑ Su información puede ser de **utilidad** para organizar eventos.

↓ Para **reservar** sólo ofrece un formulario y las formas de contacto.



<http://www.gestionaeventos.com>

## LEGISLACIÓN

## Resoluciones

## Agencias de viajes

✓ Corrección de errores de la resolución de 16 de octubre de 2010, de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), por la que se convoca procedimiento abierto para la adjudicación del contrato de servicios de gestión de viajes del personal de la AECID.

✓ Adjudicación de Sanidad y Consumo, Servicio Vasco de Salud, del expediente relativo a contratación de una agencia de viajes.

✓ Anuncio de la Dirección General de Ordenación y Promoción Turística de Canarias, por el que se hace publica la revolución de 11 de octubre de 2010, sobre notificación de la resolución de 29 de julio de 2010, que deja sin efecto el expediente de revocación de título-licencia, a titular de agencia de viajes de ignorado paradero.

✓ Corrección de errores a la publicación de la modificación de 4 de agosto de 2010, de revocación de título-licencia de agencia de viajes de Cinco Océanos.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSOS

## Trabajar en una agencia de viajes

Gestión de Empresas Turísticas y Agencias. ESINE y Rey Juan Carlos

A pesar de haber descendido en los últimos años el número de agentes de viajes ocupados, el Turismo continúa demostrando una mayor fortaleza que otros sectores económicos en España. Para adentrarse en este Sector, la Universidad Rey Juan Carlos y el Centro de Estudios Técnicos Empresariales (ESINE) organizan el curso Técnico Superior en Gestión de Empresas Turísticas y Agencias de Viajes. Según informan ambas entidades, en menos de seis meses los alumnos estarán preparados para conocer las características del mercado turístico español, dominar los métodos de trabajo, diseñar y comercializar los productos turísticos, gestionar una agencia de viajes, asistir y guiar a grupos en viajes turísticos e incluso crear una empresa turística. Entre las ventajas de este curso, la Universidad Rey Juan Carlos y ESINE citan la posibilidad de trabajar desde casa, ya que no es presencial, la existencia de un profesor particular que resolverá todas las dudas del alumno, así como la posibilidad de beneficiar-



se del servicio de actualización y asesoramiento profesional de los consultores de las empresas del Grupo ESINE. El curso estará compuesto por los siguientes módulos: Comercialización de productos y servicios turísticos; El técnico en Turismo en agencias de viajes; El técnico en Turismo en las empresas hoteleras; Información turística; Gestión de empresas turísticas; y Formación y orientación laboral. Más información en [http://curso-turismo.com/msite-billete/presentacion-turismo-billete.html?CD17\\_em](http://curso-turismo.com/msite-billete/presentacion-turismo-billete.html?CD17_em).

## LIBROS

## Todos los destinos con Lonely Planet

‘Lo mejor de...’. Guías turísticas editadas por Lonely Planet

Lonely Planet continúa publicando guías para viajeros independientes. La última novedad es el lanzamiento en castellano de la nueva colección ‘Lo mejor de...’, que versará sobre algunos de los principales destinos del mundo. Las primeras publicaciones están dedicadas a Francia, Italia, Japón e Irlanda, a las que seguirán en este mes de noviembre las guías de Alemania, Egipto y Grecia. Estas guías permiten a los lectores conocer la esencia de cada país, haciendo especial hincapié en los lugares de mayor interés y en las experiencias únicas, pensadas para todos los presupuestos. Además de toda la información que ofrecen, Lonely Planet ha optado para estas guías por un nuevo diseño en color y que simplifica más que nunca la búsqueda, con capítulos codificados por colores y vistosos desplegables que profundizan en los lugares más interesantes.

## CALENDARIO

## Ferias de Turismo

● El 11 de noviembre de 2010, Salón TurNexo Madrid, Hotel Santo Domingo, Madrid. Organizada por el Grupo Nexo desde hace más de una década, esta microferia especializada volverá a convertirse en el punto de encuentro de agentes de viajes de la Comunidad de Madrid y los principales proveedores turísticos que operan en el mercado español. Los Salones TurNexo son exclusivos para el agente de viajes y se celebran durante un único día, en horario de 11.00 a 17.00. Para más información sobre esta feria puede acceder a la siguiente página web: [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com).

● Del 19 al 21 de noviembre de 2010, Feria del Turismo Alternativo y Complementario (Tural.com), Elche, Alicante. El Turismo rural, de aventura o de salud comparten espacio expositivo en Tural.com, evento organizado por la Institución Ferial Alicantina (IFA). Para ampliar la información sobre esta feria turística celebrada en Elche puede acceder a la siguiente página web: [www.tural.feriaalicante.com](http://www.tural.feriaalicante.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](http://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

### ▲ José M. Maciñeiras



El presidente de AEDAVE, José Manuel Maciñeiras, ha confirmado que las negociaciones con FEAAV para una posible integración "están muy avanzadas". Maciñeiras espera que la unión "se lleve a cabo antes de que finalice el presente año".

### ▲ Carlos López



La agencia de viajes mayorista Kuoni ha sido galardonada con el premio Friends of Thailand 2010, entregado por la Oficina de Turismo de Tailandia en Bangkok. El director general del turoperador, Carlos López, ha sido el encargado de recoger el premio.

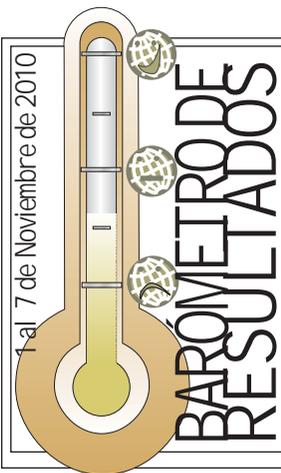
### ▲ Michael Zengerle



La compañía americana de cruceros Norwegian Cruise Line (NCL) ha nombrado a Michael Zengerle nuevo director general para Europa. Zengerle se unió a NCL en agosto de 2002 como director general para Europa Continental.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Manuel Marrero	3
Entrevista / Mario Moyses	4
Escaparate	6-16
Gestión	17
Mostrador	18-20
Club	21
Hotelería	23-25
Evaluatnet	26-27
Indicadores	28
Booking	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



## LA SEMANA

### Continúa el compás de espera

El minipunte de Todos los Santos no generó demasiada actividad, aunque sí movimiento particular, y el de la Almudena, restringido a la villa de Madrid lo hará menos todavía. Sí se mira a lo lejos el de la Constitución, que para algunos puede ser casi "acueducto" pero que de momento no está generando grandes reservas, salvo en ofertas de muy bajo coste y nivel, y a más largo plazo la temporada de nieve que no ha empezado tampoco a moverse —entre otras cosas porque apenas hay nieve aún— y cuyas exiguas ventas se están concentrando en la zona baja de la temporada en enero. Empresa e Imerso siguen su camino, con la primera cada vez más enfocada hacia los recortes de costes.

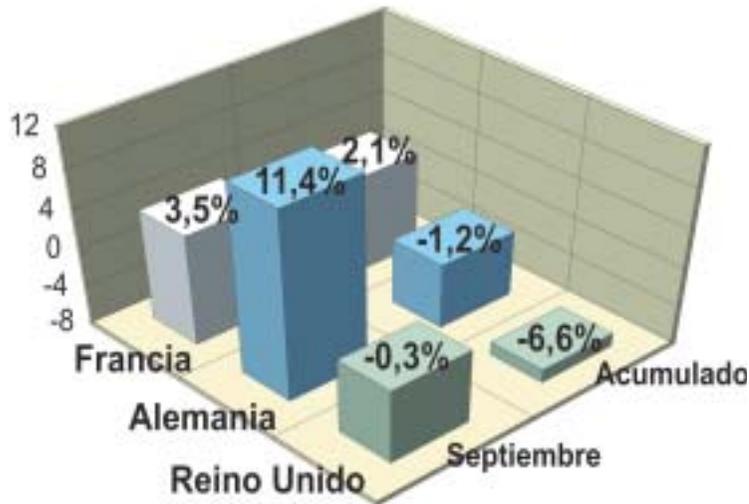


## COYUNTURA

### España recibe un 4% más de turistas

El total de llegadas de turistas internacionales en septiembre ha alcanzado los 5,2 millones, es decir, un 4,2% más que en el mismo mes de 2009, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), que elabora con carácter mensual el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Se trata del quinto mes consecutivo que registra un aumento en la llegada de visitantes. Por mercados, sorprende la subida del 11% del alemán.

## Evolución mercados emisores



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

La llegada de turistas aumenta por quinto mes consecutivo tras crecer un 4,2% en el mes de septiembre. Así, el total de llegadas de turistas internacionales en septiembre ha alcanzado los 5,2 millones. Por mercados, Alemania ha protagonizado en dicho mes la subida más importante del periodo, con 106.000 turistas más, lo que supone un crecimiento del 11,4% respecto a septiembre de 2009. Francia también ha evolucionado de manera favorable, con un aumento del 3,5%, y ya acumula un incremento del 2,1% en los nueve primeros meses del año.

La misma tónica han registrado países como Italia, que ha crecido un 11,4% en septiembre o Estado Unidos, con una subida del 13,0%. Por su parte, Reino Unido, que se ha mantenido como el principal mercado emisor de turistas hacia España, mantiene prácticamente las mismas cifras que el año anterior, con cerca de 1,5 millones de visitantes.

### Crecimiento en el acumulado

En cuanto al acumulado de los nueve primeros meses del año, los datos de la encuesta Frontur demuestran que en ese tiempo han llegado a España cerca de 42,4 millones de turistas internacionales. Esta cifra representa un incremento del 0,8% respecto al mismo periodo de 2009.

Según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, todas las principales Comunidades autónomas de destino del Turismo internacional han registrado incrementos en durante el mes de septiembre, y ya muestran datos positivos en el acumulado del presente ejercicio. De

esta manera, Baleares, que en septiembre ha recibido más de 1,3 millones de turistas, es decir, un 9,4% más que en el mismo mes del año anterior, está registrando ya un incremento cercano al 2% en los nueve primeros meses del presente ejercicio. Cataluña, por su parte, ha me-

orado sus datos un 8,9% durante el mes de septiembre, porcentaje que se sitúa en el 3,7% en los nueve primeros meses del año con más de 10 millones de turistas recibidos. Las Comunidades autónomas de Andalucía y Canarias también han presentado avances respecto al

mismo mes de 2009, del 5,3% y del 12,9%, respectivamente, lo que convierte a este último en el destino con mayor tasa de variación interanual del mes de septiembre.

En cuanto a la Comunidad Valenciana, ésta ha aumentado un 1,4%, debido a la mayor afluencia de turistas procedentes de Reino Unido, explica el informe. Por su parte, la Comunidad de Madrid ha retrocedido un 8,1% en el número de turistas internacionales recibidos durante el pasado mes de septiembre.

### Más 'paquetes' turístico

El informe elaborado por el IET también destaca el comportamiento de las vías de acceso de los turistas procedentes del exterior. Así, subraya que la vía mayoritaria, que es el aeropuerto, ha presentado en el mes de septiembre un crecimiento interanual del 5,4%, frente al descenso del 1,5% experimentado por la carretera. En cuanto al tipo de alojamiento, los establecimientos hoteleros han registrado, por cuarto mes consecutivo, "un importante crecimiento del 11,3%, mientras que el alojamiento no hotelero ha descendido un 5,4%, especialmente la vivienda gratuita", apunta el informe del IET. Por último, la encuesta Frontur asegura que los turistas que no contrataron un 'paquete' turístico a la hora de viajar a España han alcanzado el 70%, lo que supone un crecimiento del 5,1% respecto al mes de septiembre de 2009. Por su parte, los turistas que sí han contratado un 'paquete' turístico han aumentado un 3,9%, representando cerca del 30% de los viajes.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email

