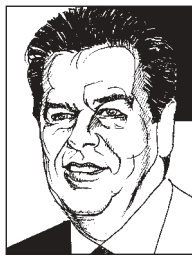




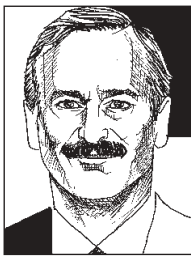
JUAN JOSÉ HIDALGO
Lavado de imagen

PÁG. 12/ Globalia tilda de lavado de imagen la propuesta del Sepla para Navidad



PETER LONG
Vuelta a los beneficios

PÁG. 8/ Tui Travel obtiene beneficios de 168 millones, frente a las pérdidas de 2010



SIM KALLAS
Comerciar con 'slots'

PÁG. 8/ Bruselas propone que las aerolíneas puedan comprar y vender slots



MIGUEL MIRONES
Certificación de producto

PÁG. 10/ ICTE logra la acreditación de ENAC para certificación de producto



JAVIER PÉREZ-TENESSA
Ventas en Internet

PÁG. 14/ En 2012 el 50% de los billetes aéreos en Europa se venderán en la Red

CEAVyT pide reunirse con IATA para plantearle su desacuerdo

Las agencias no aceptan las nuevas medidas del 'lobby' aéreo

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) solo aceptará los pagos por transferencia bancaria para el pago del BSP a partir del 16 de enero.

Esta medida, suma otro coste más para las agencias de viajes, obligándoles, además, a realizar la operación con varios días de antelación.



Álvaro Middelmann dirige Air Berlin.

Las agencias venden el 60% de Air Berlin

En España, en torno al 60% de las ventas de Air Berlin se realizan a través de agencias. Pág. 4

El mercado de viajes europeo crecerá un 3%

Las ventas aumentarán un 3% en 2011 en Europa, siguiendo la "recuperación moderada". Pág. 5

ESPECIAL AÑO NUEVO

Con motivo de las fiestas de Navidad, la Redacción de NEXOTUR se despide de sus lectores hasta el 2 de enero.

Si hace unas semanas IATA anunciaba un aumento de la tasa que cobra a las agencias para principios de 2011, ahora comunica que a partir del 16 de enero el pago del BSP solo se podrá realizar a través de transferencia bancaria. De esta manera, las agencias de viajes se verán obligadas a asumir otro coste más y les obligará a realizar la operación con varios



Javier Valdés

días de antelación, ya que IATA exige recibir el dinero el día 15. Así la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT) ha pedido una reunión con IATA para plantearle su desacuerdo antes ambas medidas. Y contempla poner el asunto en manos de su departamento jurídico si no llegan a una solución. Escapate en pág. 6

Los pilotos de Iberia van a la huelga esta Navidad

Tras el anuncio de huelga para el 18 y 29 de diciembre por parte de los pilotos de Iberia, el Sector vuelve a reclamar una nueva Ley de huelga para "regular y restringir este derecho para cuando los trabajadores hayan agotado todas las vías", evitando así que "se perjudique al país de manera desproporcionada". La creación de la aerolínea de 'bajo cos-



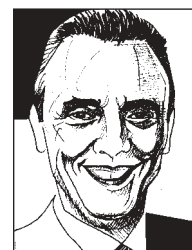
Antonio Vázquez

te' Iberia Express ha provocado que el sindicato de pilotos Sepla haya convocado esta huelga, que a pesar de que insisten en que "se han elegido estas fechas, con poco movimiento de viajeros, para perjudicar lo mínimo posible a la industria turística española", el Sector Turístico subraya que el daño ya está hecho. Escapate en pág. 11

CEOE pide IVA reducido para las agencias de viajes

El organismo destaca el 'importante papel' del Sector

Para el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) las agencias de viaje ocupan "un importante papel en la comercialización del Turismo, tanto dentro de España como fuera". De ahí, que disponga de una serie de propuestas para impulsar este Sector. Así, pide que las agencias "tributen al mismo tipo reducido que se aplica a otras actividades turísticas, y que se con-



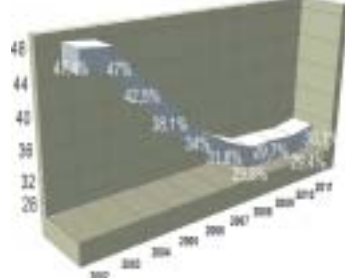
Joan Gaspart

sidere prioritaria la agilización de los pagos de facturas pendientes y la eliminación de los permanentes retrasos en los pagos de la Administración. También reclama el "desarrollo del transporte aéreo", e "incentivar a las empresas que creen 'paquetes' dentro de España". Igualmente demanda "ayudas en casos de extrema gravedad", como por ejemplo "la huelga de controladores". Escapate en pág. 12

Vuelve a crecer el uso del 'paquete' tras diez años

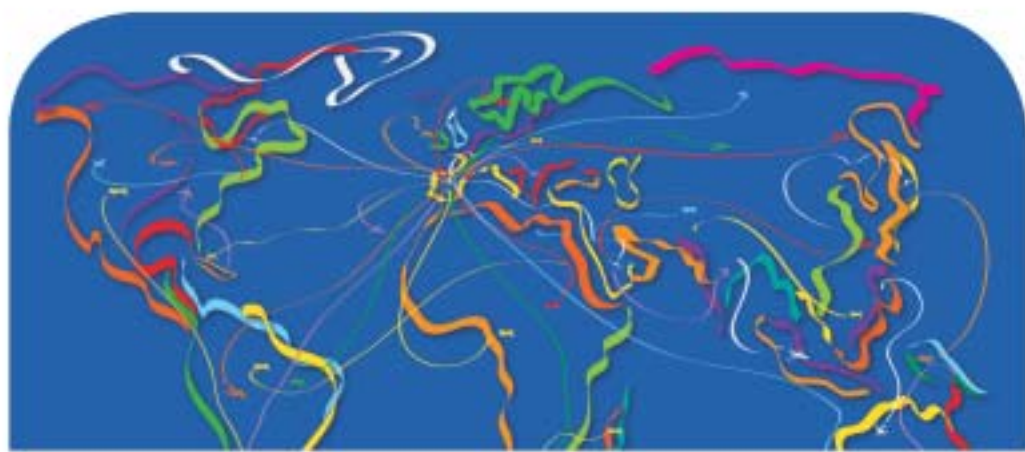
Entre enero y octubre, el número de turistas extranjeros que han utilizado el viaje organizado para visitar España ha aumentado un 11,65%. De esta manera, este parámetro vuelve a registrar datos positivos, tras una década de descensos. De continuar esta tendencia, 2011 finalizaría con un repunte en el uso del 'paquete' que podría representar más del 30%, cuando en 2001 suponía el 50,2%. Escapate en pág. 13

Uso del 'paquete' turístico



Fuente: IET.

© NEXOTUR



Llenamos el mundo de colores con nuestras nuevas rutas.

Porque lo más importante es llevar a sus clientes al lugar donde desean estar, ahora le ofrecemos nuevas rutas para que puedan llegar cada día más lejos de la forma más cómoda.

- Fortaleza y Recife
- Los Ángeles
- Barcelona - Miami
- Barcelona - Sao Paulo desde el 19 de junio

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



■ CLAVES

Hasta siempre, amigo

QUERIDO PEPE, EL pasado 23 de noviembre acudí a Futurialia 2001 como te prometí. Te empeñaste en que debíamos hacer saber que el Conjunto Turístico Monasterio de Piedra es pionero en España en Turismo sostenible y, sin conocernos apenas, me convenciste con tu pasión por Piedra para que participáramos en Futurialia.



☞ JAVIER RODRÍGUEZ

Allí estuvimos Felix y yo, con enorme ilusión, sabedores de que nuestra presencia te hacía feliz. Tu Monasterio de Piedra, ése al que adorabas y frecuentabas desde niño estaba entre los elegidos. Por un instante me sentí torero Pepe. Me salió del alma dedicarte la ponencia y la sala rompió en aplausos. ¡Qué entrañable momento!

Allí estábamos Pepe, hablando de las excelencias de nuestro producto, de lo mágico que es el Parque Natural con sus cascadas, grutas y lagos.

Tenías que haber visto las caras de los asistentes disfrutando la belleza de las fotografías proyectadas en la pantalla.

Allí estábamos Pepe, haciendo un ejercicio de comunicación, concienciando que sin sostenibilidad no hay Turismo. Algo que nuestro fundador, don Juan Federico Muntadas sabía muy bien. ¡Qué bien lo explicas en tu libro 'La Caprichosa' cuando haces mención a don Juan Federico como un *avant la lettre!*

Allí estábamos Pepe, derrochando pasión por los cuatro costados como te gustaba hacer a ti con los amigos que traías al Monasterio a los que encandilabas con seductoras historias y fábulas.

¿Sabes cómo acabe la ponencia Pepe? Te lo voy a contar. Les relaté a los asistentes que a lo largo de estos 150 años sosteniendo el Turismo, el Parque fue declarado en 1945 Paraje Pintoresco Nacional, que en 1983 nos denominaron Monasterio Histórico Artístico Nacional y que en 2010 el Parque obtuvo el galardón de Conjunto de interés Cultural en la categoría de Jardín Histórico.

¡Pero lo mejor estaba por llegar Pepe! Acabé con la Medalla al Mérito Turístico que el Gobierno de Aragón nos concedió el pasado 28 de septiembre.

Pepe, gracias por invitarnos. Nos sentimos como en casa, arropados por tus compañeros y amigos que consiguieron que la jornada fuera un éxito.

Hasta siempre, amigo.

☞ Javier Rodríguez es director general de Monasterio de Piedra.

E'El máximo representante del Grupo es Beachcomber Sport & Nature, un programa de ecoturismo exclusivo del resort 5* Todo Incluido Shandrani, que propone descubrir el intacto corazón del sur de Isla Mauricio', destaca la directora regional para España y Portugal de Beachcomber Hotels

TRIBUNA



☞ IRENE BLANCO

Turismo sostenible en Isla Mauricio

BEACHCOMBER APUESTA firmemente por el desarrollo sostenible de Isla Mauricio y por el bienestar de sus habitantes. El concepto Naturaleza está presente en cada uno de sus hoteles, ya que es parte indispensable del destino y Beachcomber está plenamente identificado con la isla. El máximo representante del Grupo es Beachcomber Sport & Nature, un programa de ecoturismo exclusivo del resort 5* Todo Incluido Shandrani, que propone descubrir el intacto corazón del sur de Isla Mauricio. El programa funciona en colaboración con la Mauritian Wildlife Foundation, dedicada a la conservación de la flora y la fauna de la isla. En 1998, crea la Fundación para la Esperanza y el Desarrollo (FED), destinada a la puesta en marcha de proyectos locales.

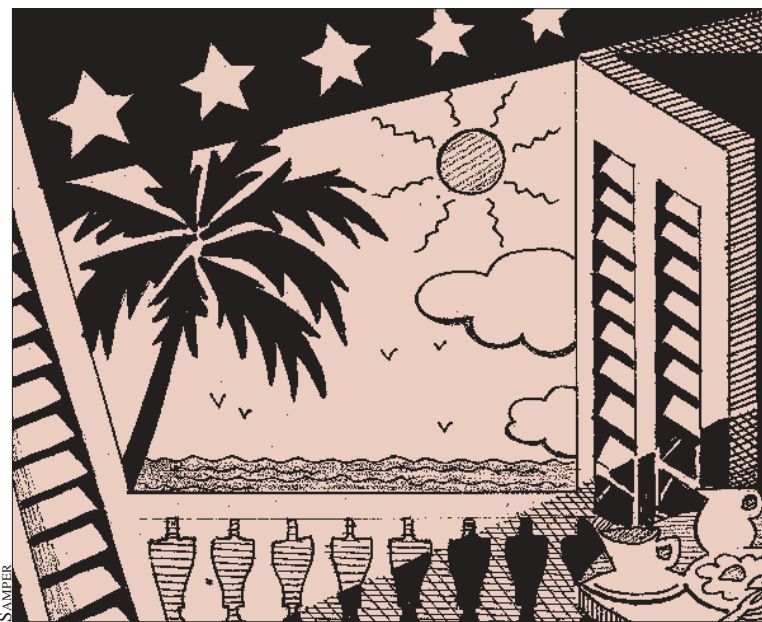
Beachcomber ha adoptado varias medidas de ahorro de recursos que hacen realidad esta política. La protección del medio ambiente es uno de los tres valores fundamentales de nuestra filosofía de cadena junto con el servicio a la comunidad y la preservación del desarrollo en Isla Mauricio. Nuestra estrategia en el mercado se combina con la postura de adalid de la "identidad mauriciana" y catalizador de desarrollo de Isla Mauricio. Beachcomber se ha esforzado siempre en velar por la identidad de la isla y ese objetivo se refleja en su estructura: es una sociedad limitada registrada en Mauricio y controlada por accionistas mauricianos.

Nuestra política de RSC se ha visto impulsada con la renovación del hotel 5* Lujo Trou Aux Biches, que ha sido rediseñado siguiendo una serie de premisas para recibir certificados internacionales. Reconocido como el primer hotel 'verde' de Isla Mauricio suscribiéndose a la etiqueta de 'Ecoturismo', ha incorporado algunas medidas para convertirse en un referente de Turismo sostenible: un total de 1.000 m² de paneles solares para suministrar agua caliente y producir la energía eléctrica del hotel; una planta de tratamientos de aguas residuales que recoge y recicla al día un total 450 m³, de los cuales 300m³ son utilizados para irrigación; una planta propia de desalación de agua o la implementación de sistemas en frío en las cocinas para suministro de agua caliente. En cuanto a procedimientos residuales, la basura sólida se clasifica de acuerdo a los posibles

reciclados y la basura orgánica se utiliza para la producción de abono.

Seguendo la línea de compromiso con el medio ambiente, otro de nuestros hoteles, el resort 5* Todo Incluido Shandrani ha introducido una nueva máquina de filtración para pu-

del propio hotel, que cuenta con un huerto 'bio' donde cultivar verduras y plantas que luego utiliza en su cocina. Además, está comprometido en la reforestación de la isla con cocos de mar (típica palmera del archipiélago) y la preservación de las tortugas



refinar el agua que será embotellada y servida con o sin gas en botellas de vidrio reutilizables en sus cinco restaurantes. Esto es una gran noticia por el ahorro económico y el impacto positivo para la Naturaleza, ya que dicha máquina contribuye a

la reducción de CO₂ gracias al ahorro de combustible en desplazamiento y entregas con camiones y tiene un impacto cero en el calentamiento global, ya que se compone de un refrigerante natural sin efectos nocivos para el medio ambiente.

Otra de las iniciativas ecológicas del Grupo Beachcomber es la procedencia del papel de los folletos corporativos: de los bosques reforestados. Cuando un árbol se tala, otro se planta. Además, durante el proceso de manufactura, el uso de productos químicos es limitado y para su impresión se utiliza una tinta que no daña el medio ambiente. Los desechos resultantes se reutilizan, por ejemplo, en las publicaciones corporativas del Grupo (folletos, revista principal...).

En Seychelles, el resort 5* Lujo Sainte Anne ha incorporado varias iniciativas para diversificar su oferta "algo más que 'sol y playa'" con actividades como el senderismo, que potencian el Turismo activo en el archipiélago, o iniciativas ecológicas

marinas. La isla de Sainte Anne es testigo predilecto de la puesta de huevos de las tortugas de mar desde octubre a enero. Dos meses después, sus huéspedes pueden contemplar los primeros pasos al mar de las tortugas recién nacidas.

Beachcomber es consciente de la importancia de la conservación de estos animales y ha puesto en marcha un programa de protección con el apoyo de las autoridades del Parque Marino. El objetivo es garantizar la continuidad de este

ecosistema mediante la identificación de sus nidos, la no interferencia en el proceso de anidamiento y la incubación de huevos, y la "educación" a los huéspedes en la actitud que deben adoptar frente a las tortugas mediante cartas en sus habitaciones. Gracias a esta iniciativa, el número de tortugas que acuden a la isla durante la puesta se ha ido incrementado cada año.

En cuanto a las apuestas del Grupo a nivel internacional y también en el mercado español, además del segmento de Bodas y Lunas de Miel, que sigue siendo una de nuestras prioridades con los 'paquetes' Clásico y Deluxe que ofrecemos, Beachcomber Hotels quiere impulsar dos segmentos específicos. En primer lugar, el golf. El Grupo abrirá un nuevo campo

de 18 hoyos Par 72 en 2013, situado en la región de La Goulet, en la costa noreste de la isla, conocida por sus excelentes condiciones climáticas, a tan solo 15 minutos de otros dos hoteles del grupo, el 5* GL Royal Palm y el 5* Lujo Trou Aux Biches. Diseñado a imagen y semejanza del Paradis Golf Club, contará con 6.200 metros de longitud y tendrá todas las facilidades. Todos los huéspedes de Beachcomber podrán acceder al nuevo recorrido, una apertura con la que la queremos consolidar el golf, convirtiéndonos en la única cadena mauriciana con cuatro campos, dos de ellos dentro de sus hoteles. En segundo lugar, el segmento MICE. El Turismo de negocios está mostrando cada vez más su interés en Isla Mauricio y los grupos incrementan nuestra cuota de mercado. Beachcomber apuesta por ello porque creemos que reunimos los factores suficientes: emplazamiento en toda la costa mauriciana, alojamiento de lujo, gastronomía, ocio, actividades, y salas de conferencias en siete de nuestros nueve hoteles para reuniones de un máximo de 180 delegados. Además el grupo cuenta con un Departamento exclusivo para organizar un Incentivos a la medida con ofertas "a la carta", tarifas exclusivas y fórmulas 'todo incluido'.

El año 2011 ha sido convulso dada la situación mundial y 2012 será una carrera de fondo en el proceso.

El hotel 5* Lujo Trou Aux Biches ha sido reconocido como el primer hotel 'verde' de Isla Mauricio

Por el momento las previsiones de reservas son alentadoras para Beachcomber. Sobre todo, trabajamos para que no decaiga nuestro mercado más importante, como el de Lunas de Miel, con ofertas interesantes junto con la promoción

del destino y los hoteles. Mi opinión es de un optimismo moderado, aunque todavía hay que esperar resultados. A nivel general, Beachcomber Hotels sigue con su política de renovación constante como la reapertura del Trou Aux Biches y con nuevos proyectos hoteleros dentro y fuera de la región del Indico. Somos la cadena hotelera mauriciana líder, con el 17% de la oferta disponible en Isla Mauricio. Con un total de 2.077 habitaciones, nuestra tasa de ocupación se mantuvo en 2009 y 2010 en un 71% y todos nuestros esfuerzos van encaminados a mantener y mejorar estas cifras con la calidad y el servicio exclusivo en el próximo ejercicio.

☞ Irene Blanco es directora regional para España y Portugal de Beachcomber Hotels.

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Del egado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: Carlos Ortiz
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Miguel Praga (*Escaparate y Mostrador*), Eduardo Santamaría (*Reuniones*), Daniel Gallego Alias, Bárbara Ferrer y Verónica Olivera (*Transportes*), Andrea Bulla (*Business Travel*), Pablo García Diego (*Evalu@net*), Josep Marqués (*Opinión*), José Soria (*Indicadores*), Elizabeth Triguero (*CIMET y Futuralia*), Ignacio Samper Montes (*Ilustración*) y 'Quique' (*Humor*)
COLUMNISTAS: Julio Abreu Staud, Prof. Isabel Albert, Dr. Venancio Bote, Gonzalo García, Prof. Covadonga González Quijano, Prof. Manuel Figuerola, Enrique Hernández, Prof. Juan Carlos Mañas y Claudio Meffert
CONSEJO ASESOR (Directores): Francisco Vázquez Corroto Claudio Meffert (CIMET) y Pedro Pablo de la Peña (Futuralia)

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 Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña
Director Jurídico Grupo NEXO: Santiago Moratal
Director de Informática y de Procesos: José Manuel Dávila
Directores de la Plataforma Web: Carlos Peña y Andrés García
DEPARTAMENTOS | Propiedad Industrial: Herrero y Asociados
Facturación: María José González / Personal: Pilar de la Hoz
Distribución: Mercedes León / Administración: Paloma Díaz
Suscripciones: Concha López / Bases de Datos: Gloria Dávila
PUBLICIDAD / Departamento Propio: Nexo Editores (Grupo NEXO)
Madrid: Mercedes León y Yolanda Pola / Barna: Pepita Hernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (*Asesoría*), Nexopublic (*consul toria*), Nexo Creativo (*Publicidad*), Salon TurNexo (*Ferías*), Nexotel (*Comunicaciones*), Nexodata (*Bases de Datos*), Gráficas de Prensa Diaria (*Impresión y Papel*) y Distribuidora National Post (*Embl istado y Distribución*)

NEXOTUR, Periódico Profesional de la Agencia de Viajes, es un Semanario independiente de los intereses del Sector Turístico
NEXOTUR es una Marca Registrada de Nexo Editores (Grupo NEXO)
Copyright: Nexo Editores (Grupo NEXO) / Derechos Reservados

Depósito Legal: T0-133/1996 / Impreso en España
ISSN (International Standard Serial Number): 1139-5966
Tirada de este Número: 7.500 ejempl ares (distribuidos)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Corrupción en grandes eventos

LA CULTURA DEL PELOTAZO. Albergar grandes eventos se convirtió en los años del *progreso progresado*, según la terminología del profesor García Calvo, en oscuro objeto de deseo de no pocos destinos.

La loca carrera para ser ciudad-sede de grandes eventos, en especial deportivos, emprendida por alcaldes y presidentes de Comunidades autónomas, se vio alentada por la barra libre del boom inmobiliario, que llevó a algunas Administraciones a la paradoja de no poder gastar sus abultados presupuestos. Y a algunos políticos a actuar con lo público como si de empresas privadas se tratase.

Para nadie es un secreto que la corrupción es la argamasa que da consistencia a candidaturas en grandes eventos, como los Juegos Olímpicos o el Campeonato Mundial de Fútbol. Que el voto de una de las grandes potencias mundiales valga igual que el del un pequeño estado dictatorial africano puede ser correcto, desde el punto de vista del COI o la UEFA. Pero posibilita la compraventa de votos y, en consecuencia, obliga a malas prácticas por parte de aquellos políticos que pretendan lograr la preciada nominación.

Esta deriva ha tenido dos de sus más escandalosos exponentes en las Comunidades Valenciana y de Baleares. En la primera, las corruptelas de la empresa facilitadora de estos eventos (un híbrido entre OPC, consultoría y agencia de viajes), además de haberle costado el cargo al presidente de la Generalitat, ha sido una rémora ante la opinión pública para el partido que gobernará España, afectando a parte de su Administración turística, y salpicando incluso a un gran evento religioso como la visita del Papa.

El segundo escándalo ligado a la captación y organización de grandes eventos —que, desgraciadamente, no será el último— afecta de lleno al Gobierno Balear. La implicación del presidente del Govern en las dádivas con dinero público a otro *conseguidor*, en este caso miembro

de la Familia Real, ha salpicado a la Corona. La primera institución del Estado se ve, por tanto, seriamente afectada por este afán de autonomías y ciudades por atraer grandes eventos.

Así, el comprensible deseo de obtener los beneficios en materia de promoción de los grandes eventos —y el efecto multiplicador que genera sobre los destinos turísticos— está causando gravísimos problemas de Estado.

Lo que ahora sufren Baleares y Valencia es consecuencia de una deriva que se inició a finales de la década de los '80, con la pugna de Barcelona y Sevilla para acoger los Juegos Olímpicos y la Expo. La extraordinaria repercusión mediática que las Olimpiadas de Barcelona obtuvieron en el mundo, generó a la ciudad una enorme rentabilidad como destino turístico que otras ciudades, como Madrid, quieren obtener.

Estos escándalos (y su repercusión en la opinión pública) ponen el foco sobre unas malas prácticas que, para dar frutos, han de ser opacas. ¿Es mejor aplicar rigor y transparencia (a costa de no tener opción a lograr la nominación) o, por el contrario, hemos de mirar hacia otro lado cuando los dirigentes hacen *lo que hay que hacer* para atraer un gran evento?... Es una difícil disyuntiva.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Atraer grandes eventos, como los deportivos del COI o la UEFA, es un oscuro objeto de deseo de alcaldes y presidentes autonómicos, que no siempre es factible sin recurrir a malas prácticas

▲ check-in / CEAyT EN CIMET

Gallego, Prócer en Iberoamérica

Bajo la Presidencia de Honor del Rey de España, el martes 17 de enero tendrá lugar en la Feria de Madrid la decimoquinta edición de CIMET, dedicada a impulsar la comercialización de los diferentes destinos turísticos de las Naciones de Iberoamérica, por parte del mercado emisor español.

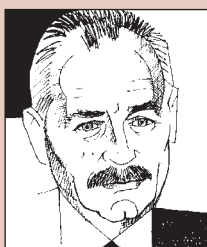
El Sector vuelve a ser protagonista de CIMET, a través de sus Organizaciones empresariales representativas, agrupadas en CEAyT, así como de los Grupos comerciales de agencias independientes y grandes redes de agencias minoristas. El esencial papel del agente —como prescriptor del viaje— es así puesto en valor en esta Conferencia, un año más, ante los ministros de Turismo de Iberoamérica. Reafirmando su apuesta por el protagonismo del agente de viajes en CIMET, el Comité Organizador nombrará en 2012 como nuevo Prócer del Turismo Español en Iberoamérica al presidente de CEAyT, Rafael Gallego, en representación de los pequeños y mediano agentes y operadores emisores y receptores de turismo, con presencia en Iberoamérica.

Organizada por el Grupo NEXO, en colaboración con el Consejo de Turismo de CEOE y FITUR, la XV Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo CIMET 2012 cumple tres lustros de cita ininterrumpida, sirviendo como un eficaz nexo de unión entre los empresarios españoles y los ministros de Turismo de Iberoamérica.

Esta vocación de servicio al conjunto del Sector —en el que las pymes son mayoría—, explica el éxito de una Conferencia que es ya el acto más relevante de cuantos celebra cada año el Sector.

★ personaje de la semana / Claudio Meffert

El director del Consejo Asesor del Grupo NEXO y de Futuralia, se perfila como Premio Hermes 2012, tras la presentación de su candidatura por destacados miembros de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT).



Ex director de FITUR (en 12 ediciones), Meffert es un profesional de trayectoria tan brillante como impecable, que lleva décadas trabajando por y para el Asociacionismo pero, ante todo, es un gran profesional, querido y respetado.

★ la chispa / Quique



▼ check-out / FORO EXCELTUR

¿Exceltur contra CIMET?

El foro que convoca cada dos años un lobby de grandes empresas volverá a coincidir con CIMET. Y en esta ocasión, además, se traslada incluso a la que venía siendo sede de la Conferencia Iberoamericana, en su indisimulada carrera por ocupar el espacio de la veterana Conferencia Iberoamericana.

Este año la ocupación es incluso física, al desplazar CIMET al antiguo Auditorio Sur de la Feria de Madrid —presionando para ello a FITUR, esgrimiendo su condición de gran cliente de la feria— hasta lograr el viejo objetivo del gerente del lobby: celebrar su foro en el Auditorio Norte del Centro de Convenciones de Ifema, habitual sede de CIMET.

El ejercicio de prepotencia del megalómano vicepresidente ejecutivo del lobby —que no ha tenido el menor reparo en postularse ante el Partido Popular como futurible secretario de Estado de Turismo—, tensa aún más la cuerda entre este lobby de grandes empresas y un Asociacionismo que reúne a todos (medianos, pequeños y grandes), a cuyos fines sirven CIMET y el Grupo NEXO, en su condición de legítimos representantes del Sector.

CIMET 2012 vuelve así al antiguo Auditorio Sur (al que se accede por la entrada principal de la Feria de Madrid), donde tuvo lugar la primera edición de la Conferencia, hace ya tres lustros.

Y lo hace, como siempre, en estrecha colaboración con la CEOE y su Consejo de Turismo, para celebrar una renovada edición, estrenando un formato aún más dinámico, que facilita el debate e intercambio de ideas de los empresarios españoles con los ministros de Turismo de Iberoamérica.

Air Berlin está creciendo en España a nivel general, aunque las rutas domésticas se han visto muy afectadas / El lanzamiento de Iberia Express no debería influir en el negocio de nuestra aerolínea, ya que se centrarán en ofrecer conexiones desde Madrid / Estoy en contra de las subvenciones que reciben determinadas compañías aéreas, ya que distorsionan el mercado

«La nueva tasa aérea de Alemania nos ha afectado significativamente»

Álvaro Middelmann / Director general de Air Berlin para España y Portugal

El director general de Air Berlin para España y Portugal, Álvaro Middelmann, reconoce que el elevado precio del combustible y la tasa ecológica impuesta por el Gobierno de Alemania han lastrado los resultados de la compañía aérea, que ha visto cómo se han reducido sus beneficios. En lo que respecta al mercado español, el directivo se muestra muy crítico con el modelo aeroportuario español, especialmente con el mantenimiento de aeropuertos deficitarios gracias a la caja común de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) y con la concesión de subvenciones a determinadas aerolíneas de 'bajo coste'.

P.- A pesar de que Air Berlin ha incrementado en más de un 16% su cifra de negocios en los nueve primeros meses del año 2011, sus beneficios se han reducido. ¿A qué se debe esta caída?

R.- Fundamentalmente a la tasa sobre el transporte aéreo aplicada por el Gobierno alemán y vigente desde el 1 de enero del presente ejercicio. Dicho impuesto nos ha afectado de una manera muy significativa. Ni el aumento de los ingresos ni otros indicadores positivos registrados por la aerolínea, como por ejemplo el aumento de los niveles de ocupación, ha sido suficiente para compensar de forma total el impacto de este nuevo impuesto. Además, Air Berlin también ha sufrido, al igual que el resto del sector aéreo, el alto precio del combustible.

P.- ¿La crisis económica no les ha permitido trasladar la nueva tasa impuesta por el Ejecutivo alemán a los consumidores?

R.- No hemos trasladado este impuesto a los viajeros. No solo por la actual coyuntura adversa, sino también por la gran competencia existente en el mercado aéreo. Esto no nos ha permitido aumentar el precio del billete. Cabe recordar que la nueva tasa del Gobierno alemán supone un sobrecoste por pasajero de entre ocho y 45 euros.

P.- ¿Cómo está evolucionando Air Berlin el mercado español?

R.- A nivel general estamos creciendo en España, aunque las rutas domésticas se están viendo afectadas por la situación económica. En lo que respecta al mercado emisor alemán, cabe recordar que los ciudadanos de este país son muy sensibles a las malas noticias, que últimamente abundan en los medios de comunicación. Esto está afectando al número de desplazamientos.

P.- Ha hablado en reiteradas ocasiones sobre la estacionalidad

el destino. ¿Cree que el Sector Turístico español debe centrarse en corregir este defecto y poner a disposición de los operadores turísticos una oferta todo el año?

R.- Todo el Sector tiene que hacerlo. Es necesario llevar a cabo una revisión de todo el tema laboral y crear incentivos que activen la economía y que permitan que haya Turismo todas las épocas del año. Es evidente que las zonas cuyo argumento principal sea el sol y playa van a tener los mismos visitantes en verano, pero lo que no puede ser es que haya-

mos perdido muchos puntos que habíamos conseguido. Hay que lograr que como mínimo los establecimientos hoteleros permanezcan abiertos nueve meses, buscando fórmulas para adelantar el inicio de la temporada. Pero no es suficiente con ofrecer el alojamiento los 12 meses del año, sino que también es realmente importante que esta oferta se complementa con un producto específico.

P.- ¿La creación de Iberia Express afectará de algún modo a Air Berlin?

R.- En principio creo que el lanzamiento de esta compañía aérea *low cost* a finales de marzo de 2012 no influirá en nuestro negocio. Esto se debe a que Iberia Express se va a centrar en ofrecer conexiones desde el aeropuerto de Madrid-Barajas.

P.- La Generalitat acaba de llegar a un acuerdo con Ryanair para que opere desde Girona y Reus.

región sería capaz de competir con el aeropuerto de Oporto. Pero como no lo hace, y además los distintos aeropuertos regionales se quitan vuelos entre sí, el aeródromo portugués sale claramente beneficiado. Pero el caso de Galicia es solo un



¿Qué opinión le merecen las ayudas que recibe esta aerolínea de 'bajo coste' para operar en España?

R.- Como he reiterado en numerosas ocasiones, estoy radicalmente en contra de esta clase de ayudas. Lo que me parece el colmo es que los aeropuertos sigan estando financiados desde una caja común. No sé si a Air Berlin le podría haber interesado recibir un apoyo así, pero en ningún momento nos han preguntado.

P.- ¿Air Berlin no se ha beneficiado nunca de este tipo de ayudas?

R.- Para nada. No hemos recibido ninguna subvención. Los recursos

que nuestra compañía aérea ha obtenido han sido siempre en base a contratos y convenios de *comarketing*, como por ejemplo, uno importante que firmamos con el anterior Gobierno de Baleares, el cual hemos cumplido escrupulosamente. La demostración está en el gran crecimiento de turistas extranjeros que han venido al aeropuerto de Palma de Mallorca con Air Berlin desde el 1 de enero de 2011. Air Berlin no recibe subvenciones, pero sí hemos firmado convenios para hacer promociones conjuntas.

P.- ¿Nunca les han propuesto recibir esta clase de subvenciones?

R.- A Air Berlin en ningún momento le han planteado esta fórmula. Además, esto de que a un operador le den nueve millones de euros al año y además le den un terreno o un hotel es una auténtica locura.

P.- ¿Cree que se distorsiona la competencia con estas ayudas?

R.- Totalmente. De la misma manera que cuestiono las ayudas públicas que está recibiendo Spanair.

P.- España cuenta con 47 aeropuertos, de los cuales solamente 11 son rentables. ¿Cree que es necesario un cambio de modelo?

R.- En primer lugar, yo propondría que aquellas Comunidades autónomas que quieran tener aeropuertos se los paguen. Un ejemplo que siempre utilizo, porque es el más sintomático, es el de Galicia. Si toda su oferta de vuelos estuviese concentrada en el aeropuerto de la Lavacolla (Santiago de Compostela), la región sería capaz de competir con el aeropuerto de Oporto. Pero como no lo hace, y además los distintos aeropuertos regionales se quitan vuelos entre sí, el aeródromo portugués sale claramente beneficiado. Pero el caso de Galicia es solo uno más, ya que ocurre lo mismo en otras Comunidades, como por ejemplo Andalucía.

No entiendo por qué los recursos que genera Air Berlin en el aeropuerto de Palma de Mallorca son gastados de forma totalmente inútil para mantener, por ejemplo, el aeropuerto de León. Y ya no hablémos de las grandes firmas de arquitectos que han diseñado aeropuertos que no aportan ni un solo pasajero. Eso sí, tienen costes de mantenimiento brutales. Una empresa privada nunca habría actuado de este modo. Pero como los recursos no salen de los Presupuestos Generales del Estado, sino de la caja común de AENA, pues entonces se pueden hacer estas inversiones porque no importa.

P.- ¿Qué le parece el proceso de privatización de AENA?

R.- Estoy en contra de la privatización que se quiere hacer de los aeropuertos de Madrid y Barcelona porque esta iniciativa derivará finalmente en nuevas tasas, lo que iría en contra del Turismo español. Y como yo soy español, independientemente de que sea el responsable de una aerolínea alemana, lo que quiero es que el destino España sea competitivo. Por ello, espero que el nuevo Gobierno defienda los intereses del Turismo.

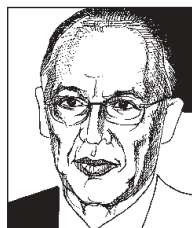
P.- ¿De sus ventas qué porcentaje canalizan las agencias de viajes?

R.- En la actualidad las agencias de viajes, tanto *online* como *offline*, concentran en torno al 60% de nuestras ventas en el mercado español. Cabe resaltar que en los últimos años este porcentaje se ha incrementado. Air Berlin siempre ha apostado por este canal, utilizando todas las vías posibles para permitir la distribución de sus billetes a través de las agencias de viajes.

El dinero no debería salir de la caja de AENA

Estoy a favor de que las Comunidades autónomas que quieran tener aeropuertos se los paguen. Un ejemplo que siempre utilizo, porque es el más sintomático, es el de Galicia. Si toda su oferta de vuelos estuviese concentrada en el aeropuerto de la Lavacolla (Santiago de Compostela), la

región sería capaz de competir con el aeropuerto de Oporto. Pero como no lo hace, y además los distintos aeropuertos regionales se quitan vuelos entre sí, el aeródromo portugués sale claramente beneficiado. Pero el caso de Galicia es solo un

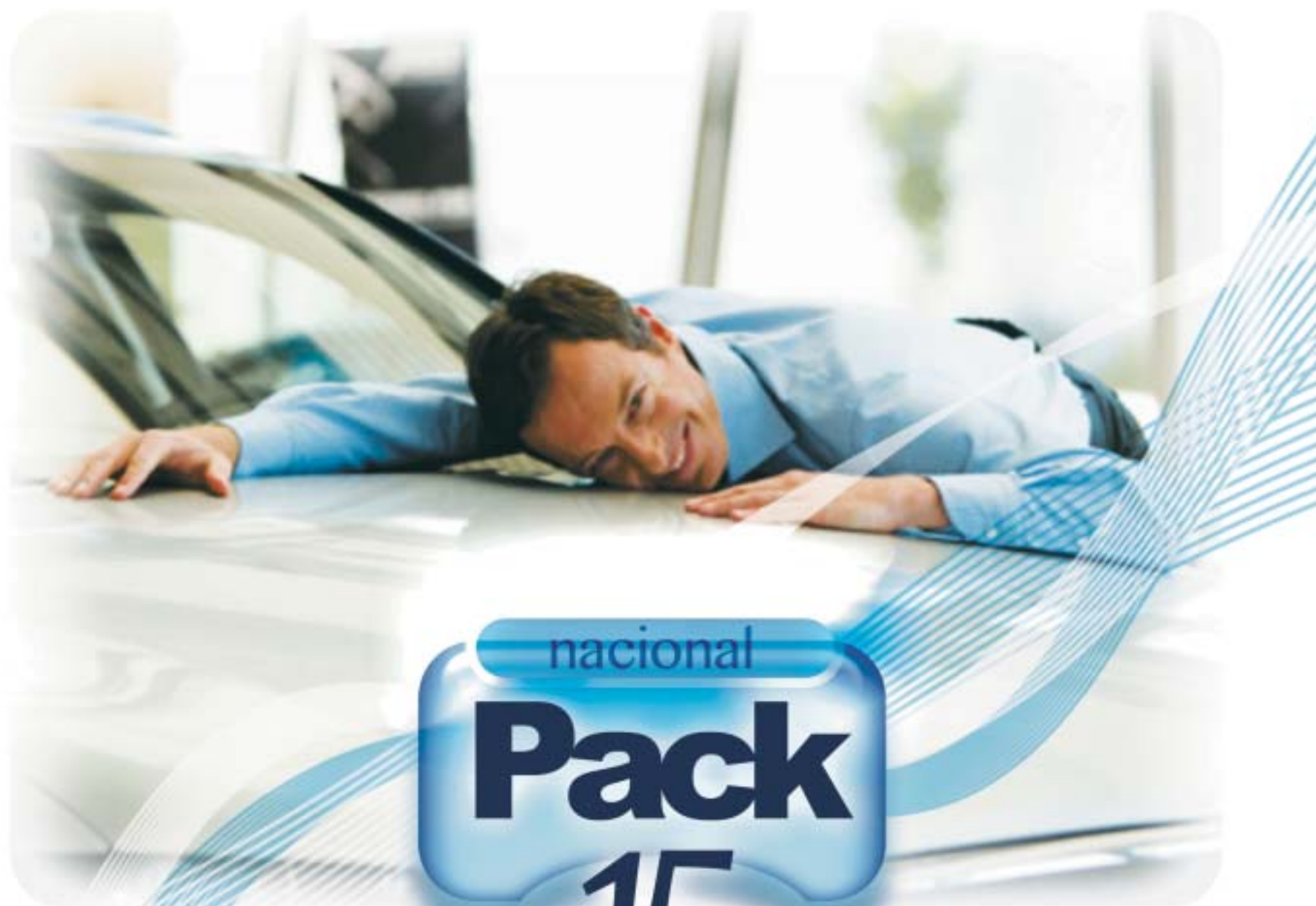


ÁLVARO MIDDELMANN

caso más, ya que ocurre lo mismo en otras Comunidades, como por ejemplo Andalucía.

No entiendo por qué los recursos que genera Air Berlin en el aeropuerto de Palma de Mallorca son gastados de forma totalmente inútil para mantener, por ejemplo,

el aeropuerto de León. Y ya no hablémos de las grandes firmas de arquitectos que han diseñado aeropuertos que no aportan ni un solo pasajero. Una empresa privada nunca habría actuado de este modo. Pero como los recursos salen de la caja común de AENA se pueden hacer estas inversiones.



nacional
Pack
15

El mejor precio para tu alquiler en cada lugar y momento

National ATESA te ofrece para los desplazamientos en Península y Baleares Pack 15 Nacional, un producto con el que obtienes el mejor precio según el lugar y momento del alquiler y la posibilidad de elegir entre una gran selección de turismos de diferentes marcas.

Además tiene un **15% de comisión** para agencias de viaje.

Información y reservas
902 100 101
www.atesa.es



La seguridad en el alquiler de vehículos

escaparate

España recibe 51 millones de turistas hasta octubre

España ha registrado un aumento del 8% en la entrada de turistas en los diez primeros meses del año, con 50,9 millones de visitantes, según la última encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras. **Pag. 22**

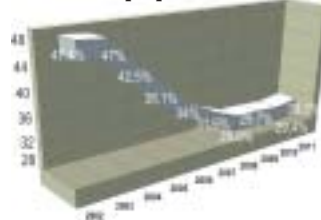
Entrada de turistas en 2011



Crece el uso del 'paquete' turístico hacia España

Tras una década de caídas, la utilización del viaje organizado para visitar España vuelve a crecer. Así, en el acumulado hasta octubre, se incrementa un 11,6%, con más del 30% del total de turistas extranjeros. **Pag. 13**

Uso del 'paquete' turístico



Las agencias de Alemania facturan 46.000 millones

Las agencias alemanas han concluido 2011 con unos resultados históricos. Según DRV, la cifra de negocios de las minoristas ha aumentado 2.100 millones y la de los turoperadores lo ha hecho en 2.000 millones. **Pag. 10**

■ Prontuario

BSP de IATA... ¡¡Otra más!!!

A HORA RESULTA QUE LOS amables señores de IATA les ponen pegas a nuestros dineros. Parece ser, si las Asociaciones de una vez no lo remediamos, que si los agentes de viajes IATA (y también los que no pertenecen a esa amable organización) no se apiñan, a partir del 16 de enero 2012, la todopoderosa organización de las líneas aéreas no aceptará el pago con cheque sino transferencias. ¿Es que nos van a abonar el coste extra de los gastos bancarios de envío? Costes a los que se deberán añadir a nuestros empleados, ordenadores, el papel, la tinta, la energía, el material, la administración y todo lo demás que ya asumimos para la venta del producto de nuestros 'queridos colaboradores'.



☞ ANTONIO CABALLOS

Hora es de que aquellos que emiten para IATA *de gratis* y con amenazas criminales si incumplen, muestren sus uñas afiladas, ¡Basta ya! Y digo esto porque al rebufo aparecerán otros proveedores que también estarán encantados de que seamos sus intermediarios gratuitos, mientras ellos nos obsequian con sus doctos consejos: nichos, especializaciones o cómo arreglar nuestra casa, con todas las medidas que son ellos incapaces de aplicarse; eso sí menos adecuar sus plantillas, su *know how* y asumir sus riesgos, e inconvenientes también para afrontar la venta directa,...

Son tan baratas, tan obedientes, tan dúctiles y tan tontas las agencias. Es el momento, aparece ¡por fin! CEAVyT. La Confederación que nos unifica, afiliémonos cuanto antes a una Asociación que nos represente y nos fortalezca, será un dinero bien gastado para los pequeños. Y para los grandes también (pues antes o después vendrán a por ellos). Es por tanto cuestión de vida o... de muerte lenta.

☞ Antonio Caballos es presidente de AEDAVE-Madrid.

Las agencias de viajes piden reunirse con IATA para plantearle su desacuerdo

El 'lobby' aéreo incrementa un 25% la tasa y obliga a pagar por transferencia bancaria en 2012

A partir del 16 de enero las agencias de viajes españolas solo podrán pagar al BSP de IATA mediante transferencia bancaria, denegando los

cheques y el resto de formas de pago. Esta medida y el ya anunciado aumento de la tasa que deben pagar las agencias con título IATA, ha provocado

que CEAVyT solicite reunirse con IATA para mostrarle su desacuerdo ante estas nuevas medidas que quiere aplicar al Sector.

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) ha comunicado al Sector de agencias de viajes que a partir del 16 de enero solamente aceptará los pagos por transferencia bancaria, denegando el resto de formas de pago. La medida traerá consigo un coste añadido para las agencias y les obligará a realizar la operación con varios días de antelación, ya que IATA exige recibir el dinero el día 15.



Tony Tyler

Para el vicepresidente ejecutivo de la Confederación Española de

Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT), José Manuel Maciñeiras, esta medida es "otro atropello más de IATA", acusando a la asociación de "abusar de su posición de dominio, que llega al extremo de decirle a su principal canal de ventas que solamente acepta una forma de pago". Maciñeiras recalca que "seguiremos haciendo lo posible para que las relaciones con IATA se regulen por instrumentos de equidad dentro de las leyes del mercado y de acuerdo con un contrato mer-

cantil puro y duro". Asimismo, aunque no ha adelantado cómo reaccionará CEAVyT, sí ha confirmado que "no se quedarán de brazos cruzados". En concreto, esta cuestión será debatida en la reunión del comité ejecutivo y el consejo directivo de la Confederación, que ha tenido lugar el 14 de diciembre, a posteriori al cierre de esta edición.

Aumento de tasas en enero

A esta medida, se suma el aumento de las tasas que IATA cobra a las agencias a partir de enero. Tal y como adelantó NEXOTUR, la asociación

planea un incremento del 25% por punto de venta en Europa. Esta decisión se tomó en una conferencia de IATA que tuvo lugar los días 11 y 12 de octubre. Gebta denunció entonces que la asociación no dio la oportunidad a los representantes del Sector de agencias de revisar dicha propuesta. Así la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT) ha pedido una reunión con IATA para plantearle su desacuerdo antes ambas medidas. De no llegar a una solución, pondría el asunto en manos de su departamento jurídico, para valorar si emprender acciones legales.

Los pagos de los españoles por sus viajes al exterior descienden cerca de un 8%, hasta 1.244 millones

A diferencia del Emisor, los ingresos por Turismo crecen un 8% en septiembre y un 9% en el acumulado

El Turismo sigue mostrando dos caras bien distintas. Por un lado, los ingresos mantienen la tendencia al alza, experimentando un incre-

mento del 8% durante septiembre, en línea con el mayor número de entradas. Todo lo contrario sucede con los pagos realizados por los españo-

les para viajar al extranjero, que se han ido contrayendo a medida que avanza el año, experimentando un descenso del 8% en este mes.

Los españoles están recortando sus gastos para viajar al extranjero. Según los datos de la Balanza de Pagos, elaborada por el Banco de España, los pagos realizados para viajar fuera de nuestras fronteras han registrado un fuerte descenso del 7,8% en septiembre. De este modo, se sitúan en 1.244 millones de euros, frente a los 1.349,2 millones del mismo mes del año anterior. Cabe recordar que en dicho mes los españoles realizaron 13,4 millones de desplazamientos, un 2,9% menos que en 2010.

Esta debilidad del consumo, que se está acentuando a medida que avanza el año, difiere mucho de la evolución de los ingresos por Turismo. En septiembre se han recaudado 4.653 millones de euros, cifra que triplica los pagos. Además, esto supone un crecimiento del

8,1% respecto al mismo mes de 2010, en el que se alcanzaron los 4.304 millones de euros. La caída de los pagos y la fuerte subida de los ingresos provoca que los saldos del apartado Turismo y viajes se incrementen en un 15%. De este modo, el superávit es de 3.409 millones de euros, frente a los 2.955 millones de septiembre de 2010.

Mejor en el acumulado

Entre enero y septiembre, los ingresos por Turismo registran un aumento aún mayor que en el último mes. En concreto, presentan una subida del 9,4%, pasando de los 31.186,7 millones de euros de 2010 a 34.109,3 millones. Por su parte, los pagos solamente decrecen un 2,3%, situándose en 9.175 millones de



Los pagos realizados de los españoles se reducen un 2% hasta septiembre.

euros, gracias al buen comienzo de año. En los nueve primeros meses del año anterior los españoles desembolsaron 9.387,4 millones de euros para sus viajes al extranjero.

Al igual que en septiembre, en el periodo acumulado los saldos de Turismo y viajes crecen notablemente, con una variación del 14,4%, hasta los 24.934,3 millones de euros.

Barcelona concede un préstamo para Spanair

El Ayuntamiento de Barcelona ha dado luz verde a la concesión de un préstamo a la Generalitat de Cataluña de 25 millones de euros para la promoción económica y la consolidación de la capital de la Comunidad. Estos 25 millones de euros estarán destinados, según aseguran fuentes del consistorio, a inyectarlos a la aerolínea Spanair, repartidos en dos créditos.

Almeida apuesta por la venta de otros productos

Almeida Viajes ha lanzado en Portugal 'All by Travel', la marca lusa de 'Todo para tu viaje'. Esta línea de negocio, que se puso en marcha en octubre en España, consiste en la venta a través de sus oficinas de artículos de viaje y otros complementos. "Los complementos de viaje son un aliciente más para nuestros clientes", señala la directora general de la agencia, Inmaculada Almeida

Exteriores aconseja a los españoles salir de Siria

El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación aconseja abandonar Siria "de forma inmediata" a todos aquellos españoles que se encuentren en el país. El departamento que dirige Trinidad Jiménez advierte que diversas compañías aéreas ya han cancelado sus vuelos a Siria y que aquellas que todavía los mantienen han reducido la frecuencia de los mismos.

Aerolíneas Argentinas mantiene sus frecuencias

Aerolíneas Argentinas ha asegurado que en ningún momento se ha barajado la supresión de sus frecuencias internacionales. Así, recuerda que cualquier modificación sería comunicada con al menos ocho meses de antelación. La aerolínea cree necesaria esta aclaración tras la publicación en diversos medios de comunicación de un posible levantamiento de frecuencias internacionales.

El Turismo de Oriente Medio y el Norte de África se recupera con más fuerza que nunca, según la OMT

Entre los retos más importantes que afronta esta región destaca cambiar las percepciones equivocadas

Los asistentes al evento sobre el futuro del Turismo en Oriente Medio y el Norte de África han coincidido en que el Turismo de la región saldrá de las dificultades más fuerte que nunca. "El estado de derecho y la democracia reforzarán a las comunidades locales, abriéndoles las puertas para participar en mayor medida en el proceso de desarrollo del Turismo", ha asegurado



Taleb Rifai

do el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai. "Habrá sin duda un entorno empresarial más transparente, mayor apoyo para las pequeñas empresas, así como mayor integración y cooperación a nivel regional", ha agregado. Los participantes del evento han recordado que los países de la región se enfrentan ahora a lo que otros muchos ha-

bían vivido ya con éxito: el proceso de transición a la democracia.

El Ministro de Turismo de Jordania, Nayef Al Fayez, ha destacado que "los ciudadanos son los primeros que sufren cuando cae la demanda turística y por eso debemos apoyarles". Por su parte, el ministro de Turismo de Túnez, Mehdi Houas, ha subrayado que el país trata de que su cultura, su historia y sus gentes sean aspectos medulares en el desarrollo y la promoción del Turismo. Respecto a Egipto, aunque se

espera que las cifras turísticas arrojen caídas de entre un 20% y un 25% en comparación con el año 2010, el Ministro de Turismo, Mounir Fakhri Abdel-Nour, ha señalado que tiene "un firme compromiso con el Turismo, que aporta el 12% del PIB". Durante el evento se han señalado los retos más apremiantes, entre los que destaca el de las percepciones equivocadas, "por lo que no debería verse Oriente Medio como un bloque, sino más bien como un conjunto de países distintos con reali-

dades y situaciones diferentes", han insistido los asistentes. Por su parte, la cooperación entre los sectores público y privado ha sido reivindicada como una de las claves del éxito del Turismo. "La región de Oriente Medio es rica en cultura y en población: el Sector ha crecido en términos de infraestructura y capacidad aérea", ha subrayado el director general del Jumeirah Group en Dubai, Guy Crawford. "Si trabajamos juntos, la región tiene ante sí un futuro increíble", ha recalcado.

KUONI
EST. 1906

Viajar es el futuro
recuerdo de uno mismo

Consulta las ofertas, promociones y catálogos de Kuoni en la web exclusiva para agentes de viajes
www.kuoniagencias.es

Bruselas propone que se puedan transferir 'slots'

La Comisión Europea ha propuesto que las aerolíneas puedan comprar y vender los derechos de despegue y aterrizaje (*slots*) con el objetivo de aumentar la capacidad y reducir los retrasos. Además, las aerolíneas deberán usar al menos el 85% de sus *slots* a lo largo del año o los perderán. La normativa actual no permite estas operaciones, pero tampoco lo prohíbe explícitamente.

El AVE aporta 10.000 millones en 'indirectos'

El AVE Madrid-Barcelona alcanzará los 10.187 millones de beneficio en 40 años si al análisis de coste-beneficio se le suman otros factores indirectos e intangibles. Según la Universidad Politécnica de Cataluña, su ganancia directa será de 970 millones. Esta cifra ascendería a 8.990 millones si se tienen en cuenta factores indirectos, y a 10.187 millones si se suman otros intangibles.

Turismo respalda al CPV creado por Intermundial

El Certificado de Protección al Viajero (CPV) de Intermundial cuenta con el respaldo de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior y CEAVyT. Con esta iniciativa, lanzada en mayo, se busca proteger a los viajeros ante el cese de operaciones de los turoperadores. A partir de ahora, el departamento que dirige Joan Mesquida cooperará con el desarrollo del proyecto.

El Palacio de Congresos de Lleida crece un 2%

El Consejo del Palacio de Congresos La Llotja de Lleida ha hecho balance de la actividad generada por el centro durante 2011, en el que ha aumentado un 2,2% el público y asistentes a los espectáculos, congresos y reuniones celebradas. La previsión es que a finales de este año hayan pasado por el equipamiento cultural y de negocios un total de 91.400 personas.

TUI Travel logra un beneficio antes de impuestos de 168 millones de euros

Long: 'Hemos obtenido un resultado récord en Reino Unido, Holanda, Canadá y Austria'

TUI Travel ha registrado un beneficio antes de impuestos de casi 168 millones de euros en su ejercicio fiscal, frente a las pérdidas de 85 millones del año anterior.

TUI Travel ha cerrado su ejercicio fiscal, comprendido entre el 1 de octubre de 2010 y el 30 de septiembre de este año, con unas ganancias antes de impuestos de 167,6 millones de euros. Este resultado contrasta con las pérdidas de 85 millones del ejercicio anterior. Los ingresos del grupo también han experimentado una notable mejora del 9% en estos 12 meses, superando los 17.000 millones de euros, frente a los 15.717 millones de 2010.

Entre los factores que han propiciado esta evolución, el director ejecutivo de TUI Travel, Peter Long, destaca la "fortaleza de nuestra estrategia", basada en la venta de productos diferenciados y exclusivos, la reducción de los costes de distribución y la apuesta por la distribución a través del medio online, entre otras medidas. Asimismo, el directivo destaca los "resultados récord

obtenidos en Reino Unido, países nórdicos, Bélgica, Holanda, Canadá y Austria". En el lado opuesto están España e Italia, que registran pérdidas operativas de superiores a los dos millones de euros.

Contrarrestar la crisis

"Estamos muy satisfechos con el crecimiento de los beneficios teniendo en cuenta la inestabilidad en los principales destinos del norte de África y la debilidad del consumo", añade Jong. De cara al futuro, el directivo señala que "tenemos programas en marcha para contrarrestar las difíciles condiciones económicas, incluyendo planes para Alemania y Francia".

La buena marcha del negocio de TUI Travel en Reino Unido dista mucho de la situación que atraviesa Thomas Cook. Tal y como publicó

El grupo turístico atribuye esta mejora a su apuesta por el negocio online, el aumento de las ventas de productos diferenciados y la reducción de costes.



Los ingresos aumentan un 9%.

NEXOTUR, el grupo británico se ha visto obligado a retrasar la publicación de sus resultados anuales hasta el próximo lunes debido a las dificultades para obtener financiación.

CWT Meetings & Events aumenta sus ventas un 36%

La división de reuniones y eventos de Carlson Wagonlit Travel, CWT Meetings & Events, experimentará este año un crecimiento ha sido extraordinario gracias a su cartera de clientes locales, regionales y multinacionales. La división ha incrementado sus ventas un 36% año a año.

Gracias a su experiencia internacional, según ha asegurado la compañía, CWT Meetings & Events ha conseguido prácticamente duplicar el tamaño de sus operaciones en Francia, Alemania, Reino Unido y Brasil. En España, país en donde se celebra la feria EIBTM, CWT Meetings & Events es líder.

"Hemos notado que, a pesar del clima económico complicado que atravesamos hoy en día, las empresas entienden la importancia que tiene reunir a la gente", ha comentado el vicepresidente de CWT Meetings & Events EMEA (Europa, Oriente Medio y África), Hervé Joseph-Antoine. "Debido al nivel de inversión necesario en este área, las em-



Mario Faccini

presas están buscando a un socio estratégico que les ayude a poner en marcha programas holísticos que reporten resultados y ahorros. CWT Meetings & Events es ese socio", prosigue.

CWT Meetings & Events ha mostrado en la feria Eibtm algunas de

sus últimas soluciones globales, desde la confección de imaginativos eventos lúdicos temáticos y recepciones, hasta la organización de soluciones integrales con servicios de hospitality VIP, logística, catering, seguridad, apoyo técnico, etc.

CWT Meetings & Events es una compañía de gestión de eventos y reuniones con presencia internacional, que cuenta con 1.600 especialistas en eventos en 75 países que organizan para sus clientes más de 35.000 eventos al año. Entre ellos, se encuentran empresas farmacéuticas y de atención médica, del sector de la tecnología, servicios financieros, telecomunicaciones, sector de la energía, industria automovilística y administraciones públicas.

Las ventas para el puente de diciembre se comportan 'mejor de lo esperado', aunque domina la última hora

A falta de nieve en las estaciones, Canarias y las grandes capitales europeas son los destinos más demandados

Aunque el Emisor sigue marcado por la debilidad del consumo, para el puente de diciembre se ha roto con la atonía de los últimos meses. Los representantes del Sector de agen-

cias de viajes consultadas por NEXOTUR aseguran que las ventas "se han comportado mejor de lo esperado", pero también reconocen que predomina la última hora y que la rentabi-

lidad es baja. Por destinos, Canarias y las grandes capitales europeas han tenido una gran demanda, mientras que entre los de larga distancia destacan Estados Unidos y el Caribe.

Las agencias de viajes han experimentado una cierta reactivación de la demanda en el pasado puente de diciembre. A pesar de que tal y como reconoce el presidente de Ceus, Agustín Lamana, "no ha sido para tirar cohetes", tanto él como el máximo responsable de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, coinciden en señalar que "las ventas han funcionado mejor de lo esperado".

Sin embargo, dos de los males del Sector, la baja rentabilidad y el predominio de la venta de última hora, siguen afectando a las agencias de viajes. Al respecto, el presidente del Grupo Europa Viajes, José Luis Muñoz, explica que a la elevada demanda de última hora se ha

sumado "el recorte de plazas aéreas por parte de las aerolíneas, lo que ha provocado que no se hayan podido efectuar muchas reservas".

Entre los motivos que han propiciado que los clientes sigan esperando al último momento, el vicepresidente ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT), José Manuel Maciñeira, indica que "han influido una serie de factores, como el cambio de Gobierno y la amenaza de huelga en Iberia". No obstante, evidentemente los resultados de este puente de diciembre superarán con creces al de 2010, ya que "se produjo la huelga de controladores que se tradujo en importantes pérdidas, debi-

do a la gran cantidad de cancelaciones que se sufrieron", recuerda el presidente de Unida, Ricardo Martínez.

En lo que respecta a los destinos, más allá de los desplazamientos a viviendas de familiares o amigos, que suelen predominar en estos días festivos, la mayoría de representantes del Sector coinciden en señalar a las islas españolas, especialmente Canarias, como lo más demandado. Asimismo, también están teniendo una buena acogida los viajes a las grandes capitales europeas, mientras que en la larga distancia domina Nueva York y el Caribe.

Por su parte, tal y como constata el director comercial de Mapa Tours, Óscar Sanz, "destinos que



Destinos como Túnez o Turquía se han visto relegados a un segundo plano.

tradicionalmente funcionaban bien, como Túnez, Egipto o Turquía, se han visto relegados a un segundo plano". También escasean las reser-

vas de viajes de esquí debido a que la gran mayoría de estaciones nacionales se han visto obligadas a retrasar su apertura por la falta de nieve.

Aceta reclama a AENA casi 90 millones de euros

La Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (Aceta) reclama a AENA 88 millones de euros por los efectos causados por el conflicto de los controladores aéreos entre mayo y diciembre de 2010. De éstos, 62 millones corresponden al periodo entre mayo y noviembre, en el que hubo "retrasos tremendos", y 26 millones al plante de los controladores en diciembre.

Baleares pierde 815.000 plazas aéreas en invierno

Baleares perderá este invierno cerca de 815.000 asientos en vuelos de conexión con los aeropuertos del archipiélago. Estas pérdidas, a su vez, se traducen en 5.165 operaciones menos entre los meses de octubre y marzo de 2012 en comparación con el año anterior. La isla más perjudicada por esta situación es Menorca, tras la decisión de Air Nostrum de suprimir vuelos con Madrid

Castilla y León lanza una renovada marca turística

Castilla y León ha presentado una nueva marca turística bajo el lema 'Es vida', la cual se encuentra asociada a la nueva estrategia del Gobierno en materia turística. Con esta novedad pretende apostar por la familia, la naturaleza, la religión, la salud y la gastronomía, así como por "reducir la presencia en ferias" y aumentar la promoción directa con "ofertas concretas".

Girona apuesta por los congresos 'sostenibles'

El Girona Convention Bureau (GCB) ha celebrado en el Hotel NH Girona una jornada titulada 'Todo lo que debes saber sobre la sostenibilidad en la organización de eventos'. La sesión, dirigida a los profesionales del Sector Turístico, ha tenido como objetivo dar a conocer sistemas que ayudan a implementar criterios de sostenibilidad a la hora de organizar un evento.

En cinco años se han creado 1.200 agencias en Colombia

Colombia ha visto incrementar un 46% el número de agencias de viajes en los últimos cinco años, y en la actualidad cuenta con cerca de 5.200 empresas dedicadas a los viajes y el Turismo. Estos datos "demuestran el dinamismo que el Sector Turístico ha tenido desde 2009", aseguran desde la Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO).

Las cifras más recientes sobre las agencias de viajes en Colombia corresponden al primer censo que mide la distribución en el mercado, la generación de empleo, la certificación y gestiones desarrolladas vía Internet del Sector de las agencias de viajes en el país latinoamericano. Sobre una base de 2.961 agencias de viajes la composición del Sector se divide en tres categorías: agencias de viajes minoristas y turoperadores, con un 62% de participación en el mercado, mayoristas de viajes, las cuales representan un 6%, y operadoras, con el 24%.

Generadoras de empleo

Para la Asociación que preside Paula Cortés, este es uno de los gremios más dinámicos de la economía, ya que la generación de empleo dentro del Sector es estable con un 72% de nómina "lo que refleja la estabilidad que genera". Por su parte, la certificación es otro de los puntos que permitió medir el censo concluyendo que



Paula Cortés preside ANATO.

a día de hoy más del 50% de las agencias asociadas cuentan con certificación y otras cuantas se encuentran en proceso.

En cuanto a Internet, el 57% de las agencias de viajes cuenta con página web manejando información de productos y servicios, blogs, correos electrónicos, reservas de planes turísticos, reservas aéreas, pagos online, chat y emisión de billetes, entre otros servicios. "El Sector emprende su camino para potenciar el uso de las ventas online", subraya ANATO, indicando que la asociación ha introducido en el mercado la alianza gestionada con los GDS Amadeus, Travelport y Sabre para "ofrecer a las Agencias de Viajes la oportunidad de crear portales transaccionales".

Las agencias británicas critican el incremento de las tasas aéreas

ABTA: 'El aumento lastrará el crecimiento del Reino Unido y reducirá el número de viajeros'

Si a principios de año el Gobierno alemán aplicaba una tasa ecológica, ahora es el británico el que incrementará en un 10% la denominada Air Passenger

Duty (APD). Para ABTA, esta subida provocará una "reducción de los pasajeros", por lo que a su juicio "va en contra de la economía de Reino Unido".

El Gobierno británico hará caso omiso a las demandas de los empresarios turísticos y aumentará las tasas aéreas. El Ejecutivo ha confirmado que el impuesto Air Passenger Duty (APD) que deben pagar todos los pasajeros aéreos experimentará un incremento del 10% a partir de abril de 2012.

Tras la confirmación por parte del Ministerio de Hacienda, la Asociación de Agencias de Viajes del Reino Unido (ABTA) ha advertido de los graves perjuicios que supondrá para el Sector Turístico. Su director ejecutivo, Marcos Tanzer, señala que "en este momento Reino Unido necesita crecer y general empleo, los impuestos sobre la aviación van en contra de la propia economía".

Así, denuncia que la medida supondrá una "reducción del número de pasajeros cuando es necesario estimular la economía". "La decisión del Gobierno es mala para el empleo, para el crecimiento económico y para los propios usuarios", detalla. Asimismo, la Asociación recuerda que el aumento de la APT coincidirá con la introducción de la aviación en el régimen de comercio de emisiones (ETS).

A no ser que el Ejecutivo dé marcha atrás, a partir de abril este impuesto ascenderá a aproximadamente 62 euros en los vuelos a Es-

paña en clase turista, mientras que en clase premium rondará los 124 euros. Cabe recordar que de los cerca de 51 millones de turistas que han llegado a España en los diez primeros meses del año, casi el 25% proceden de este mercado. En concreto, ha sido el punto de origen de 12,4 millones de turistas, experimentando un aumento del 9,5%.

Nueva tasa en Alemania

El Gobierno alemán también ha apostado por el aumento de los impuestos al transporte aéreo. Tal y como publicó NEXOTUR, desde el 1 de enero de este año se viene aplicando la denominada tasa ecológica, que ha sido muy criticado por las compañías aéreas. Para el director general de Air Berlin para España y Portugal, Álvaro Middelmann, esta medida "incentiva que la gente de Alemania vuele desde Amsterdam" para no tener que abonar la cuantía que contempla la tasa. En este sentido, recuerda que Holanda instauró hace más de un año un impuesto de características similares que finalmente tuvo que eliminar, ya que supuso unas pérdidas de 1.300 millones de euros, frente a los 300 millones que ingresaron por esta vía.



La subida se aplicará en abril.

Además, su aplicación ha tenido un fuerte impacto en los resultados de la compañía aérea alemana, que ha registrado unas pérdidas de 134,3 millones de euros en los nueve primeros meses del año, mientras que el resultado operativo neto (Ebit) muestra unas pérdidas de 123,7 millones. El consejero delegado de Air Berlin, Hartmut Mehdorn, subrayó en la presentación de estos resultados que "si no hubiera sido por el nuevo impuesto, el Ebit habría ascendido a 148,3 millones", por lo que reitera su "deseo de abolir esta tasa".



Tu 1ª opción para optimizar tus ventas.

Formación y promoción gratuitos.

- Jornadas "Lunch & Learn"
- airberlin "Training days"
- Invitaciones a "Hub Shows"
- "Fam Trips"
- Street Promotions

Infórmate ahora en comercial@airberlin.com

Visítanos en FITUR:
Pabellón 10, Stand 10E01



Partner of
airberlin
Your Airline.

902 448 656 (en vivo)

Los mercados del Este ganan cuota en el levante

La Comunidad Valenciana "gana cuota" en los países del Este de Europa gracias a la segunda edición del programa Turismo Senior que ofrece 15.000 plazas en temporada baja, ha informado la Generalitat. "Así lo avala el hecho de que cerca del 55% de las plazas, ofrecidas por los 15 establecimientos hoteleros de la Comunidad que participan en este programa, ya están reservadas".

Lan distribuirá su oferta a través de Amadeus

Amadeus y Lan Airlines han firmado un acuerdo de distribución que garantiza que las agencias de viajes usuarias del proveedor tecnológico en todo el mundo tendrán acceso a la totalidad de las tarifas, horarios y disponibilidades del grupo de compañías aéreas. El acuerdo de distribución íntegra de contenido incluye a todas las compañías aéreas pertenecientes al grupo.

México recibe cerca de un 2% más de turistas

México ha recibido un 1,9% más de turistas entre enero y septiembre de 2011, respecto al mismo periodo de 2010. La estrategia de promoción turística del país centroamericano en el extranjero durante 2011 ha permitido "fortalecer la diversificación de mercados turísticos y aumentar el número de visitantes internacionales" a México, ha asegurado la Secretaría de Turismo.

El 65% de los españoles prefiere los hoteles

El 65% de los españoles preferiría pasar las navidades en un hotel para disfrutar de unas breves vacaciones o hacer algo distinto a lo habitual (40%) o simplemente para evitar cocinar y realizar los preparativos necesarios para la celebración (25%), según un estudio de Holiday Inn. El 21% no quiere ser el anfitrión durante estas fiestas y un 54% prefiere viajar al extranjero.

Las agencias alemanas facturan cerca de 46.000 millones, su mejor resultado de la última década

España, Turquía y Grecia son los destinos de media distancia que mejor evolucionan en el último ejercicio

Las agencias y turoperadores de Alemania han concluido 2011, que finalizó el pasado 31 de octubre, con unos resultados históricos. Según DRV,

la cifra de negocios de las minoristas se ha incrementado en 2.100 millones, mientras que la de los turoperadores sube en 2.000 millones, alcan-

zándose los mejores niveles de ventas de la década. En lo que respecta al número de clientes, un 5% más han reservado su viaje en una agencia.

Después de la ralentización de las ventas en los dos últimos años, el mercado emisor alemán ha vuelto a despegar en 2011. Tal y como revela un informe de la Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV), el último ejercicio, que finalizó el 31 de octubre, ha sido "un año récord para el Sector Turístico". En concreto, las ventas de las agencias de viajes han aumentado más de un 9,5%, situándose en 22.500 millones de euros, frente a los 20.400 millones del ejercicio anterior.

Por su parte, los turoperadores alemanes han facturado 23.300 millones de euros, un 9% más que en 2010, cuando los ingresos fueron de 21.300 millones. En ambos casos, tanto en el área minorista como en la turoperación, se han superado los niveles de ventas alcanzados en el que hasta ahora era el mejor año de la última década, 2008, en el que las primeras obtuvieron un volumen de

negocios de 21.800 millones, por los 21.400 millones de las segundas. En lo que respecta al número de clientes, alrededor de un 5% más de alemanes han reservado sus vacaciones en una agencia de viajes.

Crecimiento de los cruceros

Entre los diferentes subsectores turísticos, uno de los que mejor evoluciona es el de los cruceros, cuya facturación ha aumentado en torno al 12%, "con un crecimiento significativo de los pasajeros", según DRV. Los viajes por avión contratados a través de agencias de viajes se han incrementado un 11% de media (12,5% en las rutas de corto y medio radio y 7% en las de largo recorrido).

En lo que respecta a los destinos, España (especialmente Baleares) ha sido uno de los grandes beneficiados por la recuperación del mercado emisor alemán. Entre los

viajes de media distancia también muestran una evolución positiva Turquía y Grecia, mientras que en la larga distancia destaca el crecimiento experimentado por las islas del Océano Índico, Tailandia y el Caribe. Por su parte, Canadá, Estados Unidos y Emiratos Árabes Unidos se mantienen sin cambios.

Entre los países que peor evolucionan, DRV indica que "ha disminuido el número de viajes a Túnez y Egipto debido a la inestabilidad política de principios de año". Asimismo, otros de largo recorrido, como es el caso de Australia, Kenia y Sudáfrica, han sufrido un ligero descenso. A juicio de la Asociación, "una razón importante de esta caída es el coste adicional que deben afrontar los viajeros para viajar en avión, ya que en los vuelos de largo recorrido la tasa se ha incrementado en 45 euros". Para el presidente de DRV, Jürgen Buchy, estos resultados de-



Jürgen Buchy preside DRV.

muestran que "viajar sigue siendo una necesidad básica para los alemanes". De cara al próximo año, los expertos de la Asociación pronostican un "crecimiento moderado del mercado de entre un 2% y un 3%", aunque reconocen que la evolución del mismo dependerá del desarrollo económico y de si se despejan o no las incertidumbres en la Eurozona.

Las aerolíneas han perdido un 40% de su valor en Bolsa en 2011

Las compañías aéreas han perdido el 40% de su valor en Bolsa en lo que va de este año, ha destacado la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) en relación a los datos aportados por el Bloomberg Airlines Index, y ha subrayado que tan sólo en el mes de noviembre los títulos de las aerolíneas han retrocedido un 14%. Todas las regiones han sido afectadas por la debacle bursátil por igual, aunque el sector de las aerolíneas ha experimentado retrocesos más grandes que otros.

La asociación ha señalado también que los beneficios de las aerolíneas en el tercer trimestre alcanzarán los 3.737 millones de euros, según un sondeo efectuado entre 60 compañías, lo que supone un retroceso del 50,9% con respecto al mismo periodo de 2010, cuando ganaron 7.614 millones de euros. En el caso de las compañías aéreas europeas, la rentabilidad se mantiene con 2.061 millones de euros, es decir un descenso del 4,4% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Los certificados del ICTE, respaldados por el ENAC

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que preside Miguel Mirones, ha obtenido la acreditación que, bajo la norma UNE-EN 45011:1998 Requisitos Generales para entidades que realizan certificación de producto, otorga la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC). La homologación del instituto bajo los criterios de esta norma garantiza la competencia técnica del mismo, concretamente el proceso que evalúa la conformidad y la toma de decisión. De esta forma, se asegura la competencia técnica de las partes que participan en el proceso de auditoría, así como de su independencia, transparencia e imparcialidad y de los organismos relacionados en las distintas activi-



Miguel Mirones

dades técnicas. La acreditación ante ENAC lleva al ICTE a incrementar su potencial de cara a la rigurosidad del proceso interno de su gestión, regulando su actividad certificadora de cara a la industria turística.

El alcance objeto de esta certificación implica a 12 segmentos turísticos. La acreditación constituye un rasgo diferenciador en el mercado, garantía de integridad y competencia, y sinónimo de servicio reconocido internacionalmente, aumentando así sus oportunidades comerciales. Las acreditaciones de ENAC son reconocidas en más de 60 países al ser ENAC firmante de los Acuerdos de Reconocimiento Mutuo establecidos nivel internacional entre organismos de acreditación de todo el mundo.

El mercado de viajes europeo crecerá un 3% 'en medio de la incertidumbre económica'

Esta 'recuperación moderada' se logra gracias al impulso de las ventas 'online'

La venta de viajes y de productos turísticos sigue recuperándose de forma "moderada" gracias al impulso de Internet. Tal y como revela un informe de PhoCusWright, el volumen de negocios del mercado de viajes europeo (tanto *online* como *offline*) crecerá un 3% en 2011, "en medio de la incertidumbre económica". Cabe recordar que 2010 concluyó con un incremento de las ventas del 2%, mientras que en 2009 el balance fue negativo.

Este ligero repunte viene motivado por el buen funcionamiento de las ventas a través de Internet, que aumentarán un 13% respecto a 2010. Dentro de este canal la actividad que mejor evoluciona es la de las agencias de viajes *online*, cuya facturación subirá aproximadamente un 19%. Asimismo, la consultora pronostica que el trasvase de los ciudadanos

europeos a este canal provocará que en un corto periodo de tiempo la penetración del negocio *online* supere a la de Estados Unidos.

El informe también hace mención especial a los viajes de negocios, cuya contratación a través de Internet está experimentando "un aumento sustancial". Este segmento ya creció un 17% en 2010, mientras que tanto para 2011 como para 2012 PhoCusWright prevé un incremento de dos dígitos. Además, para 2013 espera que las ventas *online* de este tipo de viajes alcancen una cuota de mercado del 41%, frente al 40% de Estados Unidos.

Para la elaboración de este informe PhoCusWright se ha centrado en los principales mercados turísticos, como son España, Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y países nórdicos. El estudio analiza la comercialización de los diferentes segmentos



La cifra de negocios de las agencias de viajes 'online' ha crecido un 19%.

turísticos, incluyendo agencias de viajes y turoperadores, hoteles, compañías de alquiler de vehículos y los diferentes medios de transporte.

AENA prevé un 6% más de pasajeros este año

Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) cerrará 2011 con un beneficio antes de impuestos de 16 millones de euros. Esto es una "buena noticia" para su presidente, Juan Ignacio Lema, si se tiene en cuenta que cuando ocupó el cargo, en abril de 2009, las previsiones apuntaban a que el gestor aeroportuario no ganaría dinero hasta 2017.

Un 13% más de cruceristas hasta octubre en España

El sector de los cruceros sigue creciendo en España. Según Puertos del Estado, en los diez primeros meses del año el tráfico de pasajeros de cruceros se sitúa en 6,8 millones de personas, experimentando un incremento del 12,7%. En lo que respecta a buques de cruceros, de enero a octubre han pasado por los puertos españoles 3.170, un 3,6% más que en el mismo periodo del año anterior.

Asintra, contra el pago por el uso de las autovías

Ante la diversa información publicada sobre la posibilidad de introducir el pago por uso en las autovías, Asintra subraya que "esta medida resulta discriminatoria e injusta pues incide de forma desproporcionada sobre el transporte por carretera de viajeros y mercancías". La asociación insiste en que "se trataría de una medida inflacionista que lastimaría todavía más la producción y el consumo".

Ibiza Convention Bureau estrena nueva promoción

El recién creado Ibiza Convention Bureau ha iniciado sus acciones promocionales en Barcelona en la feria EIBTM. Allí, la *consellera* de Turismo, Carmen Ferrer, presentaba la entidad y a su gerente, Jonathan Gómez. El Ibiza Convention Bureau ha nacido con el objetivo de realizar una promoción de la isla de Ibiza como destino del Turismo de Congresos, Convenciones e Incentivos.

Las aerolíneas ganarán 2.608 millones de euros en 2012

Las compañías aéreas finalizarán 2011 con unos beneficios de 5.140 millones de euros, según la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Así, mantiene sin cambios sus previsiones realizadas en septiembre, si bien insiste en que el margen de rentabilidad sigue siendo "débil".

Para 2012, la asociación ha rebajado su pronóstico de ganancias de 3.652 millones de euros a 2.608 millones. "La crisis de la eurozona pone en grave riesgo nuestras perspectivas para 2012", señala, y advierte de que, en el peor de los casos, si la economía europea entra en recesión y la crisis del euro se convierte en una crisis bancaria, la industria aérea mundial podría sufrir unas pérdidas de 5.963 millones de euros.

El secretario general y consejero delegado de IATA, Tony Tyler, apunta que aunque las previsiones no han cambiado a nivel mundial, si se han ampliado las diferencias entre las aerolíneas de las diferentes regiones. Las europeas son las que se encuentran en una posición "más difícil", con un beneficio estimado para este año de 745 millones de euros, frente a los 1.043 millones de euros previstos anteriormente. Pese a la baja rentabilidad, las europeas son las que están registrando un mayor crecimiento en tráfico.

Los pilotos de Iberia van a la huelga los días 18 y 29 de diciembre 'para perjudicar lo menos posible'

La aerolínea, que asegura que esta convocatoria 'no tiene justificación', ha preparado un plan de contingencia

Los pilotos de Iberia harán huelga los días 18 y 29 de diciembre. Los paros, cuyo alcance se conocerá una vez que el Ministerio de Fomento

establezca unos servicios mínimos, han sido justificados por este colectivo "por la creación ilegal de Iberia Express", entre otros motivos. Tras

conocer su decisión, Iberia ha anunciado el lanzamiento de un plan de contingencia. Por su parte, el Sector ha detectado menos reservas.

Los pilotos de Iberia irán a la huelga los días 18 y 29 de diciembre por "el traspaso de vuelos a Vueling y sobre todo la creación ilegal de Iberia Express", según ha anunciado el Sepla. "Se han elegido estas fechas, con poco movimiento de viajeros, para perjudicar lo mínimo posible a la industria turística española", asegura el jefe del sindicato en Iberia, Justo Peral.

Los servicios mínimos establecidos por el Ministerio de Fomento garantizan todas las operaciones entre la Península y las islas españolas y el 50% de los vuelos nacionales cuyo tiempo de viaje en un medio de transporte alternativo sea superior a cinco horas o de más de 500 kilómetros. También garantiza el 25%, redondeando por exceso, de los vuelos entre ciudades peninsulares cuya conexión en otro medio tenga un tiempo inferior a cinco horas o menos de 500 kilómetros. En cuanto a los vuelos internacionales, estarán operativas el 50% de las conexiones de menos de seis horas de duración, básicamente las que enlazan con otros destinos europeos, mientras que en los intercontinentales, de más de seis horas, se mantendrá un vuelo diario de ida y de vuelta.

Al cierre de esta edición, Iberia anunciaba las cancelaciones para la primera jornada de un total de 91 v-

los correspondientes al 32% de los previstos para ese día. Los vuelos afectados para el día 29 se conocerán "más adelante" una vez se reestructuren las operaciones, asegura la aerolínea. Asimismo, afirma tener a su disposición más de 9.000 habitaciones en Madrid y sus alrededores para el día 18, anteriores y posteriores, para atender a los pasajeros que vean interrumpido su viaje con motivo de la huelga, tras llegar a un acuerdo con la cadena hotelera Meliá.

Plan de contingencia de Iberia

Igualmente, Iberia ha llegado a un acuerdo con 30 compañías de transporte, Renfe, Alsa y 27 aerolíneas, entre otras, para mitigar los efectos. La aerolínea recuerda además, que en cualquier caso, esta huelga no afecta Air Nostrum, Vueling y códigos compartidos con otras compañías aéreas. Para agilizar los cambios de los pasajes comprados en agencias de viajes, los usuarios podrán realizar en las propias agencias cualquier modificación de hora, fecha o itinerario.

Desde Iberia se ha insistido una vez más en que la huelga "no tiene justificación", puesto que la creación de su nueva filial para el corto y medio radio, Iberia Express, "no afectará a



Las conexiones con Canarias y Baleares están protegidas.

las condiciones salariales y laborales de los actuales empleados de la aerolínea, que mantendrán sus propias condiciones y convenios colectivos". En el caso concreto de los pilotos, asegura que podrán "progresar a largo radio a medida que Iberia Express realice vuelos de corto y medio radio".

En representación de las agencias de viajes, el vicepresidente ejecutivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT), José Manuel Maciñeiras, ha reclamado una nueva Ley de Huelga para "regular y restringir este derecho para cuando los trabajadores hayan agotado todas las vías", evitando así que "se perjudique al país de manera desproporcionada". Por su parte, el tesorero de la Confederación, José Luis Méndez, destaca que "los

clientes están asociando esta convocatoria con el cierre del espacio aéreo del año pasado", pues ha habido "entre un 15% y un 20% menos de tráfico de pasajeros en Iberia de cara a los puentes de diciembre y es por el impacto del anuncio de la huelga".

Desde el sector hotelero, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) considera "absolutamente inadmisibles" e "intolerables" la huelga, y reclaman también una nueva regulación de la Ley de Huelga. El secretario general de la Confederación, Ramón Estalella, asegura que "todos los años en las mismas fechas nos encontramos con los mismos problemas y siempre por parte de un determinado colectivo relacionado con el transporte aéreo". Asegura, además, que el daño ya está hecho.

TOKYO METROPOLITAN GOVERNMENT

Promoción Turística de Tokio 2012

Conozca los atractivos de Tokio a través de seminarios turísticos y póngase en contacto con los proveedores locales en workshops para agentes de viajes.

Fechas, horarios y lugares

Madrid: 26 de enero, 17:00

Hotel Husa Princesa (Princesa, 40 28008 Madrid)

Barcelona: 31 de enero, 17:00

Catalonia Barcelona Plaza (Plaza de España, 6-8 08014 Barcelona)

Después de los workshops se ofrecerá un cóctel con platos de cocina japonesa e internacional, así como presentaciones de artes tradicionales y sorteos de premios.

Abierta la inscripción en el siguiente sitio web:

http://www.promocion-tokio2012.com

(La participación se limita a profesionales del sector turístico)

A veces tradicional,
a veces moderno,
siempre Tokio.

Las agencias portuguesas piden retrasar las subidas

En el XXXVII congreso de la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes y Turismo (APAVT), se ha hecho hincapié en que el Sector "es una de las actividades con mayor potencial en la recuperación". Por ello, solicita medidas que favorezcan a los empresarios, como retrasar la subida de impuestos y la aplicación de nuevos peajes hasta que termine la temporada de verano de 2012.

Copa Davis en Sevilla deja una ocupación del 70%

La Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia (AHS) prevé que se haya dado una ocupación alrededor del 70% como consecuencia de la celebración de la final de la Copa Davis en la capital hispalense. La Asociación también cuenta con "muy buenas expectativas" con este evento por haberse unido a los dos Puentes de la Constitución y de la Inmaculada.

Se vota por el planificador de viajes multimodales

Los ciudadanos europeos ya pueden votar por su herramienta preferida para planificar viajes multimodales como parte del primer 'Desafío de la Movilidad Europea' puesto en marcha por el vicepresidente Siim Kallas, comisario de Movilidad y Transportes. El objetivo es hacer conocer mejor y estimular el proyecto de un planificador de viajes universal, transfronterizo y transmodal.

Riojaforum reduce 80% su consumo energético

El Palacio de Congresos y Auditorio de La Rioja, Riojaforum, ha conseguido una reducción del 80% de su consumo energético gracias a la sustitución de más de 550 lámparas halógenas por lámparas led de 10W. Esta medida deja patente la apuesta por la eficiencia energética del Gobierno de La Rioja. Además, ha disminuido la utilización de la climatización de dos a tres grados.

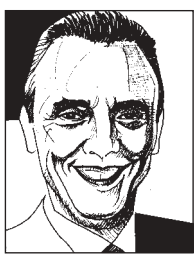
CEOE pide un IVA reducido y ayudas en casos de extrema gravedad para las agencias

El Consejo de Turismo destaca el 'papel de este canal en la comercialización del Turismo'

El Consejo de Turismo de CEOE ha trasladado a los partidos políticos unas propuestas específicas para las agencias de viajes. El organismo, que resalta que el ca-

nal "tienen un papel importante" en el Turismo, solicita "ayudas en casos de extrema gravedad, un IVA reducido y la agilización de los pagos de facturas pendientes".

Más allá de las propuestas generales enviadas por el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) a los partidos políticos, la entidad que preside Joan Gaspart también ha solicitado medidas específicas para cada subsector



Joan Gaspart

que "se trata de un Sector fundamentalmente compuesto por microempresas, que se ve sacudido por agresiones de todo tipo, en tanto que otros sectores consiguen distintos tipos de subvenciones y ayudas financieras en momentos delicados".

Otra de las propuestas es que las agencias "tributen al mismo tipo reducido que se aplica a otras actividades turísticas" que están sujetas a un IVA del 8%. CEOE también considera prioritario la agilización de los pagos de facturas pendientes y la eliminación de los retrasos en los pagos de la Administración. En cuanto a las medidas específicas para las agencias emisoras, reclama el "desarrollo del transporte aéreo", así como "incentivar a las empresas que creen

'paquetes' turísticos dentro de España". También para el negocio Emisor, CEOE demanda la participación de las agencias en la creación y desarrollo de las diferentes páginas web elaboradas por TurEspaña y Segittur, y la apuesta por la formación.

En lo que respecta a las agencias dedicadas al Receptivo, la primera propuesta es el lanzamiento de una campaña de sensibilización sobre la importancia del Turismo. Con esta iniciativa pretende lograr que la población "esté mentalizada de que es nuestro principal motor económico". En materia de seguridad solicita la implantación de sistemas de atención al turista en caso de robo en su propio idioma. Por último, pide incentivos fiscales para que los hoteles permanezcan abiertos todo el año, lo que beneficiaría a las agencias dedicadas al Receptivo.

Entre las medidas, el Consejo de Turismo demanda "ayudas en casos de extrema gravedad", poniendo como ejemplo "la nube de cenizas volcánicas o la huelga de controladores". Al respecto, recuerda

EIBTM recibe en Barcelona a un 10% más de compradores

Más de 15.300 profesionales del Mercado de reuniones han asistido a la feria EIBTM de Barcelona durante sus tres jornadas. De ellos, un total de 9.262 han sido visitantes y compradores, un 10% más respecto a 2010, y de estos 3.904 han sido compradores invitados (3.963 en 2010), habiéndose incrementado un 9% a partir del año pasado.

Además, las expectativas previas al evento anunciaban 64.950 encuentros de negocios entre los profesionales asistentes gracias al sistema de citas pre fijadas de la organización. Por otro lado, se han celebrado más de 100 sesiones formativas para los profesionales a las que han acudido más de 3.000 delegados.

El director de Marketing de Reuniones y Convenciones de la Oficina de Turismo de Holanda, Eric Bakermans, ha resumido, según han comentado desde la organización de la feria, la experiencia de los expositores en el salón. "Hemos tenido negocios sólidos, lo que significa que EIBTM ofrece excelentes oportunidades de

negocio para la industria holandesa de eventos". "Siempre hemos logrado cerrar muchos negocios en la EIBTM, pero este año ha sido especialmente alentador", ha añadido del departamento de Congresos e Incentivos de Solways Group, Esteban Miso.

Por su parte, la directora general de Chile en Colores DMC, Sara Elleni, ha destacado el alto nivel de los contactos con poder de decisión y poder adquisitivo con los que se han reunido en el evento. "Siempre tenemos altas expectativas de EIBTM y este año todas nuestras citas han sido con contactos de alta calidad", ha subrayado.

Otra opinión es la de Taj Hotels Resorts and Palaces, que ha vuelto como expositor este año, y que ha señalado que después de cinco años de ausencia, su participación este año en la EIBTM ha cumplido con sus objetivos de negocio. "Estamos muy satisfechos por las citas que hemos tenido, la alta calidad de compradores invitados", ha manifestado el director de Ventas, Kenny Teo.

Los pilotos de Air Europa proponen desconvocar la huelga en Navidad si se eliminan las sanciones

Globalia considera que es 'un intento de lavado de cara ante la opinión pública'

Los pilotos de Air Europa han trasladado a Globalia una oferta para desconvocar la huelga en las fiestas navideñas. En una carta enviada al presidente del grupo turístico, Juan José Hidalgo, el Sepla solicita, a cambio de esta desconvocatoria, reanudar la negociación del convenio colectivo y que ambas partes retiren las denuncias y demandas que respectivamente se hayan presentado por motivos relacionados con la huelga. Además, reclaman que se declaren nulas las sanciones impuestas a varios pilotos, y que aquellos cuyos contratos han sido rescindidos en periodo de prueba sean readmitidos.

El Sepla ofrece, de cumplirse con sus exigencias, la desconvocatoria temporal de los paros hasta el próximo 8 de enero, "con el fin de no perjudicar la movilidad de los pasajeros". Además, el sindicato considera que la propuesta podría "abrir de nuevo



Juan José Hidalgo

las puertas a la posibilidad de un acuerdo que permita su desconvocatoria total, una vez que se den salida, en un ambiente de confianza, al resto de asuntos que provocaron la huelga".

Globalia interpreta la propuesta del Sepla como "un intento de lavado de cara ante la opinión pública después de una actuación irresponsable y de manifestar por la vía de los hechos su desdén hacia la aerolínea, los ciudadanos y el sentido común". Según recuerdan desde el grupo, "con el argumento de la supuesta externalización de algunos vuelos hacia Orbest, el Sepla convocó una huelga indefinida de la que se han desarrollado ya 23 jornadas, con notable perjuicio para la compañía y con nulo impacto en las nóminas de los pilotos".

"Ahora que sus colegas de Iberia han convocado dos días de paro por la creación de una *low cost* que supondrá la externalización de buena

parte de los vuelos de corta y media distancia, el Sepla de Air Europa se ha dado cuenta de la desproporción de su huelga", subrayan desde Globalia. En esta línea, advierten de que esta "tregua navideña no es más que un brindis al sol, ya que los vuelos afectados por los paros ya están desprogramados".

Así, afirma que la reprogramación de los vuelos cancelados por la huelga durante Navidad es una propuesta "totalmente inviable". Según apuntan desde la aerolínea, "es por mera cuestión de tiempo". La compañía aérea aclara que una propuesta de tal calibre llega tarde, puesto que para volver a programar los vuelos cancelados se necesitarían "no solo un par de semanas, sino meses". Por ello señalan que "si de verdad lo que busca el Sepla es no perjudicar a los usuarios, lo que tienen que hacer de una vez por todas es desconvocar esta huelga", a la que tildan de "injusta y desproporcionada".

Meyer: 'Argentina ha triplicado el crecimiento mundial del Sector'

Carlos Enrique Meyer liderará nuevamente la cartera del Ministerio de Turismo en Argentina, por los "excelentes resultados" obtenidos en los últimos años, ha argumentado la presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Tras jurar el cargo, Meyer ha destacado que Argentina ha triplicado el crecimiento mundial del Sector Turístico superando a países emergentes y posicionándose como "el primer destino sudamericano y cuarto en las Américas".



Carlos Enrique Meyer

"Desde 2003 hasta 2010 hubo un aumento del 78% de visitas de extranjeros y en 2010 llegaron al país más de 5,3 millones de visitantes", ha señalado Meyer, recalcando que el ingreso de divisas por Turismo receptivo el pasado año ha sido superior a los 3.616 millones de euros.

"Las estimaciones a 2020 nos permiten proyectar en ocho millones las llegadas de turistas no residentes, con un gasto estimado de más de 7.533 millones de euros", ha afirmado.

En línea con estos datos, la Cámara Argentina de Turismo espera que en 2011 el Turismo emisor, medido en cantidad de salidas, presente un crecimiento alto, entre un 10% y un 12%. En cuanto a la cantidad de llegadas de turistas internacionales, el orga-

nismo prevé que crezca a una tasa moderada, entre el 4% y el 6%, aunque, asegura que acontecimientos como el terremoto y *tsunami* de Japón, el estallido de la crisis en Norte de África y Medio Oriente o la nube de cenizas de los volcanes Puyehue-Cordón Caulle de Chile, podrían modificar los datos.

En lo que tiene que ver con el Turismo doméstico, se espera que para este año la cantidad de llegadas de viajeros residentes dentro del país crezca a una tasa moderada de entre el 3% y el 5%. No obstante, el organismo señala que circunstancias como la nueva Ley de feriados nacionales, entre otras, podrían cambiar las previsiones.

Las agencias francesas facturan un 9% menos

Tras un buen mes de septiembre, en el que las ventas de las agencias de viajes francesas crecieron un 4,3%, en octubre han experimentado un descenso del 8,7%. Según la Asociación Francesa de Agencias de Viajes (SNAV), esta caída se debe "a la incertidumbre económica que pesa sobre la zona euro". Entre mayo y octubre las ventas de las agencias de Francia han bajado un 1,2%.

Ryanair establecerá una base en Palma de Mallorca

Ryanair abrirá su base 49 en el aeropuerto de Son Sant Joan (Palma de Mallorca), lo que supondrá la creación de 17 nuevas rutas a partir de marzo de 2012. Según su presidente, Michael O'Leary, su establecimiento "implicará la recepción de 2,8 millones de turistas y la creación de 2.800 empleos en Baleares". Las nuevas conexiones se unirán a las 30 que ya opera desde Palma de Mallorca

Bruselas ratifica la cesión de datos con EE UU

Los ministros de Interior de la Unión Europea (UE) han dado el visto bueno al acuerdo con Estados Unidos para la cesión de datos de pasajeros aéreos, que obligará a las autoridades norteamericanas a convertir en anónima la información recibida pasados seis meses. La Eurocámara había reclamado mayores garantías de privacidad para respaldar el convenio.

Asturias prevé ganar cuota en el sector de reuniones

El Principado de Asturias pretende conquistar cuota de mercado en sector de reuniones debido a su alto gasto turístico e importante efecto desestacionalizador. Para ello, la Sociedad Regional de Turismo ha asistido a la feria EIBTM, como parte del plan de acciones del Convenio Ciudades de Asturias, donde ha mantenido reuniones de negocio con numerosos profesionales.

El porcentaje de turistas que contrata un 'paquete' turístico aumenta por primera vez en diez años

En los diez primeros meses del año el 30% de los viajeros ha llegado con un viaje combinado, frente al 47% de 2002

Por primera vez en la última década el uso del 'paquete' turístico gana peso en el destino España en detrimento del resto de formas de organización del viaje. En el periodo com-

prendido entre enero y octubre, el número de turistas internacionales que lo han contratado crece un 11,6%, concentrando el 30,1% del total, frente al 29,4% del ejercicio

anterior. Sin embargo, su uso estaba mucho más extendido hace una década. Por ejemplo, hasta 2002 más de la mitad de los turistas optaban por esta forma de organización del viaje.

El viaje organizado podría romper en 2011 con la tendencia negativa de la última década. Entre enero y octubre su uso ha experimentado un notable aumento entre los turistas que han visitado España. En concreto, de los casi 51 millones de viajeros que han llegado al país, el 30,1% (15,5 millones) lo ha hecho con un 'paquete' turístico, lo que supone un incremento interanual del 11,6%, frente al avance del 6,6% del resto de formas de organización.

En el caso de que se mantenga esta tendencia en estos dos últimos meses del año, se trataría de la primera vez en los últimos diez años en la que el viaje combinado arrebató cuota de mercado al resto de modalidades entre los turistas internacionales. En 2009 esta forma de organización comenzó a revertir la tendencia negativa, experimentando un tímido incremento del

0,8%. Sin embargo, el mayor aumento registrado por los turistas que optaron por otro tipo de productos (1,7%) provocó que el 'paquete' turístico volviese a perder cuota de mercado, suponiendo el 29,4% del total de los viajes.

A pesar de esta reactivación de la demanda de viajes combinados para los desplazamientos a España, su peso es muy inferior en comparación con principios del siglo XXI. El uso cada vez más generalizado de Internet, que posibilita el acceso de los turistas a proveedores de servicios, y la irrupción de las compañías aéreas de 'bajo coste', ha provocado en los últimos diez años un auge del Turismo sin 'paquete' turístico.

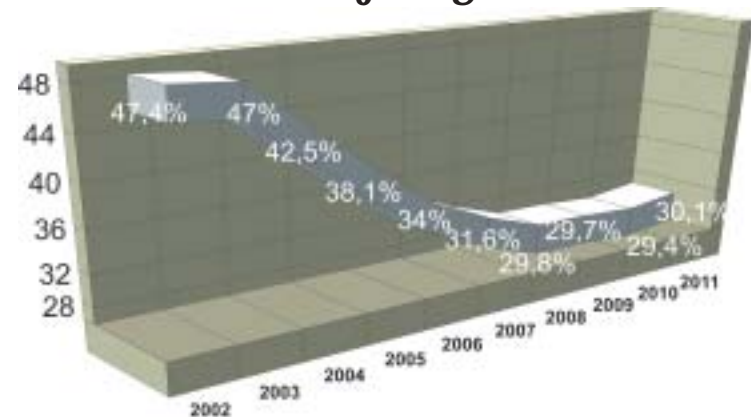
Concretamente, fue en 2002 (primer año en el que el Instituto de Estudios Turísticos comenzó a realizar la encuesta Frontur) cuando por primera vez el uso del viaje or-

ganizado fue inferior al resto de opciones. En aquel año el 52,6% de los turistas vinieron a España sin contratar un 'paquete' turístico (más de 27 millones), frente al 47,4% restante (24,3 millones) que siguió optando por este tipo de viaje. En 2002 el uso del viaje combinado entre los turistas internacionales retrocedió un 9,1%, tendencia negativa que se ha mantenido hasta 2010.

Su pérdida de peso también queda reflejada en la comparativa 2010-2002 en las dos principales potencias emisoras para España, Reino Unido y Alemania. En 2002, el 60% de los británicos que se desplazaron a España lo hicieron con un 'paquete' turístico, mientras que en el año pasado solamente el 30% optó por esta modalidad. En el caso de Alemania se ha pasado del 58% a poco más del 40%.

Por Comunidades de destino, las dos donde más predomina esta mo-

Uso del viaje organizado



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

dalidad, Canarias y Baleares, también experimentan un notable recorte, aunque esta forma de organización sigue predominando. En Canarias, el

59,8% de los turistas contrataron un viaje combinado en 2010, frente al 82% de 2002, mientras que en Baleares se ha pasado del 67% al 50%.

Se inicia la temporada de esquí con mayor demanda de los destinos nacionales y una moderación en el gasto

Atudem prevé superar los cinco millones de visitantes, para lo que ha invertido 25 millones de euros

Este año, la temporada de esquí se inicia con una preferencia por las estaciones nacionales, una moderación en los precios de los alojamientos que rondan los 90 euros por persona para un fin de semana, y un recorte en las estancias. Los destinos más solicitados por los españoles son las dos estaciones andorranas de Grandvalira y Vallnord, todo el conjunto de estaciones de Pirineo aragonés y catalán, así como Sierra Nevada. La duración media de las estancias está entre cuatro y cinco días si el destino está en España y de casi una semana si está en otros puntos de Europa, que requieren mayor tiempo de desplazamiento, según Rumbo.

Con la crisis como telón de fondo, este año los 'paquetes' turísticos de nieve han mantenido o bajado sus precios con descuentos que han llegado hasta el 20% para el puente de la

Constitución. "La crisis se ha notado, el cliente está muy sensible al precio y ahora hay una mayor demanda de destinos nacionales con unas estancias que se han acortado considerablemente", asegura la responsable de nieve, rural y montaña de Viajes El Corte Inglés, Ana Isabel García.

A pesar del aumento de ventas se está notando un cambio en el tipo de reservas, señala la directora de Marketing de Destinia.com, Beatriz Oficialdegui. Así, subraya que desde 2009 han comprobado cómo los clientes reducen su presupuesto de vacaciones, reservando menos noches o solicitando pensión completa o 'todo incluido'.

Respecto a los precios, la mayoría de las agencias no han detectado cambios significativos respecto a 2010. Así, los precios se mantienen en unos 80-90 euros por perso-

na para un fin de semana (alojamiento y *forfait*) que se elevan hasta los 120-130 euros si son cinco días.

Más de cinco millones

La Asociación Turística de Estaciones de Esquí y Montaña (Atudem) prevé superar los 5,5 millones de visitantes en las estaciones de esquí esta temporada. Para ello, se ha invertido casi 25 millones de euros.

La asociación ha señalado que la adaptación de las tarifas, la creación de propuestas gastronómicas, y las actividades al aire libre alternativas han permitido consolidar el número de visitantes en las estaciones de esquí españolas. El sector confía así en mejorar los resultados de la pasada temporada, en la que, marcada por una climatología adversa, se registró un 6,6% menos de visitantes.



Bajan los precios de los alojamientos.

A pesar de todo, las previsiones del sector de la nieve y montaña para el resto del año son positivas. Las reservas avanzan a un buen ritmo sobre todo para las fechas de temporada alta y las ofertas de *low cost* y niños gratis son las que antes se agotan, según Orizonia Life.

Un 6% más de pasajeros en los aeropuertos españoles

Más de 191 millones de pasajeros pasaron por los aeropuertos de Aena entre enero y noviembre, es decir un 6,1% más que en los mismos meses de 2010. De éstos, 190 millones correspondieron a vuelos comerciales, es decir, un 6,2% más y de ellos, 119 millones fueron vuelos internacionales, registrando un crecimiento del 10,6% y 70,8 millones nacionales, lo que corresponde a un 0,5% menos.

Por aeropuertos, el de Madrid-Barajas continúa siendo el que ha registrado más pasajeros hasta alcanzar los 46 millones hasta noviembre, un 0,5% menos, seguido de El Prat, con 31,9 millones, un 17,8% más, y Palma de Mallorca, con 22 millones de

Reservas 'online' sobre las agencias de Almeida



La web actual de Almeida Viajes permite al cliente final una fácil gestión de

reservas de diferentes tipos de servicios turísticos, con procesos ajustados a cada tipología, asignando automáticamente la agencia según el código postal del cliente.

Barcelo.com amplía sus servicios a las agencias



Barcelo ha modificado su página añadiendo a toda la funcionalidad de reservas que ya ofrecía a clientes, agencias y empresas, diferentes formas de conexión con las web de sus afiliados, incluyendo ahora la gestión de todos los hoteles.

Vuelos y hoteles 'online' con China Southern



China Southern presenta una página en la que ofrece información y gestión de la compañía y sus vuelos, a la vez que permite, solo a clientes registrados, la reserva de vuelos, hoteles y 'paquetes', todo en el entorno de sus destinos.

El servicio de transporte de Mansal en Internet



Autocares Mansal presenta una web de propósito limitado en la que incluye una descripción muy general de la empresa, su flota y sus servicios discretos de transporte terrestre, aunque sin sus tarifas, para lo que ofrece un formulario de contacto.



En el apartado de reservas están disponibles todos los alojamientos.

Islantilla Golf Resort ofrece desde octubre una aplicación para móviles

Islantilla Golf Resort presentaba a finales de octubre su aplicación para realizar reservas de habitaciones desde un dispositivo móvil. Se trata, según sus responsables, del primer hotel independiente de España especializado en golf que cuenta con este servicio ya disponible con el nombre 'Islantilla' y gratuito.

Una vez descargada, el usuario tiene la posibilidad de acceder al apartado de reservas, donde están disponibles todos los tipos de alojamiento del hotel, desde las habitaciones dobles hasta los bungalows, pasando por las suites, ya sea en régimen de sólo alojamiento, con desayuno o en media pensión. Ade-

más, la aplicación permite ver la galería de imágenes del resort, donde se encuentran las fotografías del hotel, del campo de golf, del beach club o de las diferentes piscinas, entre otras muchas. El usuario puede también situar el establecimiento en un mapa, para acceder a sus instalaciones con mayor facilidad. Para el director del hotel, Edmundo Hernández, se trata de un servicio "destinado a facilitar aún más la operación de reserva a nuestros clientes, ya que cada vez es más frecuente que éstos utilicen sus dispositivos móviles para realizar tareas que antes se hacían desde un ordenador convencional".

Las cuatro marcas de Odigeo venden más de 3.500 millones durante 2010

Su consejero augura que 'en 2012 el 50% de los billetes aéreos en Europa se venderán 'online'

Odigeo es ya el primer grupo europeo de viajes online del mercado europeo, tal y como revela su confundador y consejero, Javier Pérez-Tenessa. En 2010, año en

el que cada marca actuaba todavía por separado, sumaron unas ventas de más de 3.500 millones de euros, con unos 12 millones de clientes.

Las cuatro marcas integradas en Odigeo, Edreams, Go Voyages, Opodo y Travellink, alcanzaron una facturación conjunta de más de 3.500 millones de euros en 2010, lo que le convierte en el primero grupo europeo de viajes online. Su cofundador y consejero, Javier Pérez-Tenessa, explica que Odigeo se creó el pasado mes de junio con la combinación de las "mayores agencias online de Europa del momento". "Desde entonces es el líder del continente, con más de 12 millones de clientes, presencia en 28 países y 1.200 empleados", matiza.

En su participación en la sesión Matins ESADE, el directivo ha resaltado que "Odigeo ha sacado del mapa de la irrelevancia a Europa". Así, considera que "a pesar de que el mundo sigue siendo de los americanos, sus agencias online no llegan a todas partes". Como ejemplo pone a Expedia, "que es el número uno en el mundo por sus ventas en

el continente americano, pero no lo es en Europa". Sobre la fusión, que se culminó en junio de este año, Pérez-Tenessa señala que "durante el proceso no se solicitaron ayudas públicas" y que "una de las claves fue rodearse siempre de accionistas". Tal y como publicó NEXOTUR, el paso previo al acuerdo fue la autorización de la Comisión Europea, que se produjo finales mayo. Bruselas tomó esta decisión al entender que la operación no tendrá ningún impacto sobre la competencia.

Pérez-Tenessa ha profundizado en la situación que atraviesa el negocio online, augurando que "en 2012 el 50% de los billetes aéreos en Europa se venderán por Internet". Por ello, anima a las agencias convencionales a "embarcarse en el terreno digital", destacando que "el modelo de agencia online ha sido rompedor". El directivo también ha hecho hincapié en el creciente peso



El cofundador y consejero de Odigeo, Javier Pérez-Tenessa.

de su grupo en el mercado español, asegurando que "Odigeo es un 50% más grande que Viajes El Corte Inglés y 30 veces más que Atrápalo". De cara al futuro, el cofundador de Odigeo remarca que uno de sus objetivos es "la creación de empleo".

Una buena gestión de la reputación 'online' fideliza al cliente y mejora el posicionamiento

Los expertos en 'marketing' recomiendan 'honestidad, claridad y rapidez'

La fidelización del cliente es la principal ventaja que el Sector Turístico puede obtener de una buena gestión de la reputación online, ya que el retorno de la inversión no es el objetivo a corto y medio plazo, según han coincidido los expertos reunidos en el think tank Turismo.as, celebrado en Madrid. El evento ha contado con la representación de marcas como Toprural, AC hoteles, Territorio Creativo, TripAdvisor, Holidaycheck y Google, además de Segittur, organizador del encuentro.

Los expertos participantes en este certamen dedicado a la reputación online en el Sector Turístico han hecho hincapié en que "una buena gestión de la reputación en Internet permite tener "impactos positivos" de la marca, además unos productos y servicios turísticos más valorados y la creación de un producto u oferta que dé respuesta a una demanda naciente.

Los ponentes han subrayado que para conseguir esta buena reputación en el medio digital es "fundamental conocer el producto" y diseñar una estrategia integrada entre lo que se hace offline y online. Además, insistieron en que hay que "cuidar" la web, su posicionamiento y los materiales multimedia, "y no prestar solo atención a las redes sociales".

Escaso retorno económico

Otro de los temas de debate ha sido el "escaso retorno económico" que actualmente se obtiene de la presencia en redes sociales, aunque subrayaron que esto no tiene que verse como un gasto para las empresas sino como una inversión, cuyo retorno será a medio o largo plazo. Asimismo, se ha analizado cómo hacer frente a una crisis de reputación online, para lo que coincidieron en que lo más importante es



La propuesta del usuario es mucho más efectiva que la marca.

"transparencia, honestidad y, por supuesto, rapidez" y siempre que sea posible "implicar a la comunidad", ya que "una respuesta en boca de un usuario es mucho más efectivo que si lo dice la propia marca".

Amadeus introduce mejoras en su herramienta Revenue Management

Amadeus, empresa de soluciones tecnológicas para el Sector Turístico, ha reforzado su herramienta Revenue Management para hoteles con la incorporación de la función 'Market Pricing', que ofrece información completa de tarifas del sistema



Luis Maroto

Amadeus y de portales de búsqueda de tarifas. Esta función proporciona a los empresarios hoteleros un análisis de mercado.

Market Pricing combina información pública sobre tarifas extraída tanto de datos de los principales 'portales' de búsqueda de tarifas como del propio sistema de reservas de Amadeus, permitiendo a los responsables de las áreas de gestión de ingresos de los establecimientos hoteleros tener una visión integral del mercado a través del análisis de las tendencias, las fluctuaciones y las referencias de mercado en

materia de precios. Por lo tanto, la nueva función de la herramienta Amadeus Revenue Management representa una oportunidad sin precedentes para calcular de forma más exacta las tarifas recomendadas con una visión exclusiva del mercado.

Gracias a esta función, los hoteleros pueden ir un paso por delante, además de entender y reaccionar rápidamente ante factores complejos que influyen en el comportamiento tanto de los mercados como de los consumidores, y poder ofrecer una respuesta de forma rápida para optimizar el inventario y las tarifas de los hoteles. Esta innovación (que está pendiente de patente) es una novedad en el sector que proporciona a los hoteleros la tecnología y los instrumentos adecuados para operar en un mercado cada vez más exigente.

Huelga pilotos

Cancelación por huelga pilotos Iberia

Pregunta.- A causa de la huelga de los pilotos de Iberia, muchos de mis clientes cancelaron sus viajes de los puentes de diciembre y algunos, incluso, sus vacaciones de navidad. ¿Cuál es la obligación de mi agencia en este caso? ¿Existe alguna forma de proteger a los viajeros ante situaciones como ésta?

Respuesta.- Es verdad que durante los puentes de diciembre se han observado cancelaciones de viajes por el anuncio de huelga por parte de los controladores de Iberia, ya que muchos consumidores han relacionado este hecho con el cierre del espacio aéreo del pasado año en las mismas fechas.

El artículo 162.2 del texto refundido de la Ley de Consumidores o Usuarios establece que "en todo momento el consumidor y usuario podrá dejar sin efecto los servicios solicitados o contratados teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiese abonado, pero deberá indemnizar al organizador o detallista salvo que tal resolución tenga lugar por causa de fuerza mayor".


Por tanto, si tus clientes hubieran cancelado el viaje antes de que se hubiera cancelado oficialmente la huelga, la agencia tendría que haberle devuelto todas las cantidades pagadas hasta el momento, pero ellos tendrían que haberte abonado los gastos de gestión, los de anulación, si los hubiere, y una penalización consistente en el 5% del importe total del viaje, si la cancelación se hubiera producido con más de diez y menos de 15 días de antelación a la fecha del comienzo del viaje; el 15% entre los días tres y diez, y el 25% dentro de las 48 horas anteriores a la salida.

Ahora bien, una vez que la huelga se hubo anunciado oficialmente para los días 18 y 29 de diciembre, dicha huelga se podría considerar una causa de fuerza mayor, y por tanto los clientes que cancelaron por esta causa no estarían obligados a abonar a la agencia los gastos de anulación y gestión anterior-

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

mente mencionados. Habría que estar atentos en este caso a si la agencia ha podido recolocar a los viajeros en otros vuelos, de tal forma que no sufrieran menoscabo en los servicios contratados, siendo sólo en el caso de que esto no fuera así, cuando realmente podríamos hablar de una cancelación sin gastos.

En cuanto a los clientes que contrataron el vuelo como un servicio suelto y se vieron afectados por las cancelaciones de los vuelos de Iberia, la obligación recae en la de la aerolínea y no en la agencia. No obstante, la agencia debe mantener a sus clientes informados y ofrecerles el contacto de la compañía aérea, además de explicarles que actuáis como meros intermediarios.

Seguro para esquiar

Un buen seguro para la nieve

Pregunta.- Este año estamos observando un aumento de interés en los viajes de esquí. Me gustaría ofrecer a mis clientes un seguro especializado en las actividades en la nieve. ¿En qué aspectos debo fijarme a la hora de escoger un buen seguro?

Respuesta.- Es cierto que el interés de los españoles por las actividades en la nieve, como el esquí y el snowboard va en aumento. La temporada pasada, el número de esquiadores en España superó los dos millones y este año se espera que aumente esta cifra. Al tratarse de deportes que entrañan riesgos, el

número de accidentes es muy elevado. Más de un 5% de los esquiadores sufren algún tipo de incidente, mayoritariamente caídas o choques con otros usuarios de la pista, y gran cantidad de estos incidentes requieren asistencia médica en pistas. Es decir, que casi seis de cada 100 esquiadores sufre algún tipo de accidente que habitualmente requieren de servicios médicos mientras esquía o practica snowboard.

El coste de estos accidentes alcanza costes muy elevados, entre 400 y 500 euros, una cifra que se puede incrementar cuando el esquiador se desplaza fuera de España, llegando a superar los 6.000 euros si fuera necesaria una repatriación con avión medicalizado. Por eso es tan importante que el consumidor vaya provisto de un buen seguro que le proteja de cualquier riesgo al que pudiera enfrentarse durante la práctica de los deportes blancos.

Un aspecto a tener en cuenta es que el viaje de esquí comienza en el momento en que el esquiador sale de su casa hasta que vuelve al destino. Por tanto, las coberturas que proporcionen deben garantizar además, cualquier incidente que se pudiera producir con los medios de transporte (retrasos, cancelaciones, *overbooking*), problemas con el equipaje (demora en la entrega, pérdida, rotura), pérdida de servicios no disfrutados, además de los gastos de anulación para no perder el dinero del viaje y conservarlo para otra ocasión.

Intermundial cuenta con Ski Plus®, un producto diseñado para

quienes practican esquí, snowboard u otros deportes de invierno. Es el seguro más amplio del mercado, ya que son cuatro pólizas en una, brinda garantía de asistencia 24 horas con los límites más altos del mercado, cubriendo gastos médicos, asistencia sanitaria y hospitalización, además del rescate en pistas, entre otras acciones.

Además, reembolsa los servicios no disfrutados por el viajero para solventar perjuicios económicos tales como el *forfait* o las clases de esquí, y cubre la responsabilidad civil privada, que garantiza la indemnización que el esquiador tendría que pagar por el daño causado a un tercero, y del que se le considere civilmente responsable, así como la defensa jurídica en dicho caso.

El seguro Ski Plus® también puede ser un seguro válido para todo el año con el Ski Plus® Anual, que cubre todos aquellos imprevistos que puedan surgir a la hora de practicar cualquier deporte de nieve durante la temporada de nieve, y todas las actividades de deporte al aire libre el resto del año.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es

 **Intermundial**
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en Nexotur.com

Diario *online* del Agente

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

Most r a d o r

Air Europa crea tarjeta de crédito que acumula para gastar en la aerolínea

Air Europa ofrece desde mediados de noviembre a sus clientes una nueva tarjeta de crédito. Bajo el lema 'tarjeta de crédito de Air Europa con efecto boomerang, tú compras y una parte del dinero vuelve a ti'. El 1% de todas las compras que se realice con ella en cualquier establecimiento, se transforma en dinero Air Europa. Cuando el usuario efectúe su siguiente adquisición en un comercio de la aerolínea, la cantidad acumulada se canjea automáticamente. El seguro de accidentes es gratuito y goza de facilidad de pago ofreciendo tres meses sin intereses si compra en Air Europa.

✉ www.aireuropa.com

Politours dispone de diferentes opciones para disfrutar de un Fin de Año diferente

Egipto, Israel, Nueva York, China y Argentina son algunas de las propuestas del turoperador

Para despedir el año 2011, Politours propone diferentes viajes a países como Egipto, Israel, Nueva York, China y Argentina. El turoperador cuenta con programas desde siete hasta 14 días de duración.

Para disfrutar del fin de año en Egipto, con salidas diarias del 17 de diciembre al 2 de enero, Politours dispone de un programa de ocho días y siete noches con un precio base de 750 euros. Otra opción es Israel, con un 'paquete' de nueve días y siete noches con precio base de 1.490 euros, del 26 de diciembre al 2 de enero. Ya al otro lado del Atlántico, cuenta con un programa de siete días y cinco noches a Nueva York, con

un precio final de 1.660 euros, con vuelo directo desde Madrid, entre el 28 de diciembre y el 2 de enero. Para los que pueden disponer de más días, Politours propone disfrutar del Fin de Año en China o Argentina. Para la primera opción, dispone de un 'paquete' de 14 días y 12 noches, desde 1.995 euros. Para la segunda, de uno con salida el 26 de diciembre, con un precio base de 3.180 euros.

✉ www.politours.com



Nueva York es una de las propuestas de Politours.

Norwegian Cruise Line lanza descuentos de hasta 400 euros para sus rutas europeas de 2012

La promoción es válida para reservas hasta el 29 de febrero del año que viene

Norwegian Cruise Line ha lanzado su nueva campaña 'Los Norwegians ahorran al viajar por Europa', una promoción por la que los pasajeros podrán ahorrar hasta 400 euros por camarote en los itinerarios por el Mediterráneo y el Atlántico durante la temporada de 2012. Hasta el 29 de febrero de 2012, estará disponible para las rutas de seis o más noches de la próxima estación, incluyendo los viajes en temporada alta. Los descuentos dependerán de la duración del crucero y de la categoría del camarote.

Con esta iniciativa, la naviera invita a los pasajeros españoles a

"aprovechar para descubrir los mejores itinerarios europeos" a bordo de las cuatro embarcaciones que navegarán por Europa el próximo año, en el marco del mayor despliegue de la naviera en aguas europeas.

Las rutas disponibles son 'Mediterráneo Occidental', con salida desde Barcelona a bordo del Norwegian Epic; 'Gran Mediterráneo', partiendo desde Venecia o Barcelona, a bordo del Norwegian Spirit; 'Capitales Bálticas', desde Copenhague y a bordo del Norwegian Sun; e 'Islas Griegas', partiendo desde Venecia a bordo del Norwegian Jade, entre otras.

✉ www.ncl.eu



Norwegian Epic es uno de los barcos.

Estaciones Náuticas ofrece ocio para empresas y viajes de incentivos

Estaciones Náuticas ha desarrollado diferentes productos para promocionar el Turismo de negocios vinculados con las actividades marítimas. De esta manera, del mismo modo que facilitan al turista la organización de su estadia, coordinan hasta el más mínimo detalle de los viajes corporativos pensados para desconectar, cohesionar equipos, fidelizar empleados y directivos, entre otros.

"Por este motivo, el Turismo de negocios junto al mar se está convirtiendo en una fórmula que atrae cada vez a más empresas", aseguran los responsables de la entidad, destacando que promueven desde la práctica de deportes que suponen una nueva experiencia o repre-



Se promueve el Turismo de negocios.

sentan un desafío, hasta plácidos paseos en barco al atardecer. Se trata de actividades lúdicas que pueden combinarse con sesiones de trabajo, cuyo objetivo primordial es contribuir al crecimiento profesional y el disfrute de los participantes.

✉ www.estacionesnauticas.info

Equustur propone disfrutar de la naturaleza a caballo

Diez rutas, nueve socios participantes y la unión entre España, Francia y Portugal con un denominador común: el caballo. Estos son los ingredientes de Equustur, marca que nace de la idea de potenciar una práctica que hasta ahora era considerada de ocio, para pasar a ser una modalidad de Turismo activo, y más concretamente, Turismo ecuestre "de gran calado en nuestro país, en Francia y Portugal, como explican sus responsables.

Las diez rutas ofrecen un entramado de senderos que permiten conocer rincones naturales casi inexplorados, "la oportunidad perfecta para descubrir la riqueza patrimonial y natural de cada zona", subrayan desde Equustur. Así, permite degustar la diferente gastronomía de cada zona y



Equustur dispone de 10 rutas.

conocer el amplio y variado patrimonio artístico de los pueblos por los que se pasa. Los recorridos se desarrollan durante varios días, haciendo paradas en las diferentes fases de las etapas y poder así descubrir todo lo que ofrecen a sus jinetes.

✉ www.equustur.net

El nuevo hotel-barco de Husa 'amarrará' en el puerto de Barcelona la próxima primavera

Con su llegada está prevista la creación de 200 nuevos puestos de trabajo

El Barcelona Sunborn, un exclusivo hotel-barco gestionado por Husa Hoteles, llegará a la ciudad la próxima primavera y estará localizado en el Port Forum. En el proyecto se ha invertido entorno a 120 millones de euros y supondrá un "notable incremento de la oferta de cinco estrellas y de ocio de la ciudad", según apuntan desde la hotelera.

Con la incorporación del Barcelona Sunborn, Husa Hoteles demuestra una vez más su "carácter de innovación y liderazgo en el mundo de la hotelería, reafirmando su posición como líder en el segmento de lujo siendo la cadena que mayor número de establecimientos cinco es-

trellas gran lujo posee en la ciudad condal", según ha apuntado el presidente de Husa, Joan Gaspart.

Además, según la cadena, el nuevo hotel flotante generará la creación de 200 nuevos puestos de trabajo directo, más aquellos que de forma indirecta se generen con la activación del tejido comercial de la zona a través de nuevas ofertas de gastronomía y ocio. El Barcelona Sunborn "transformará el paisaje urbanístico de Barcelona y con impacto cero sobre el medio ambiente marino", subraya la cadena. Durante su travesía desde Malasia, el hotel barco estará propulsado por motores diesel de bajo nivel de emi-

siones y, una vez llegue a su ubicación, no desprenderá emisiones.

El establecimiento contará con 180 habitaciones, de las cuales 27 son *suites*. La mayoría cuentan con balcón o terraza privada. El huésped podrá disfrutar de una variada gastronomía en el restaurante panorámico con vistas al mediterráneo, relajarse en el *spa*, disfrutar del solárium con piscina y bar, o por la noche tomar una copa en el cóctel *lounge*. El hotel barco será un "marco ideal" para eventos corporativos y sociales, ya que dispone de una sala de banquetes para 280 personas y salas de conferencias polivalentes.

✉ www.husa.es

■ Club NEXOTUR Europea de Seguros ofrece descuentos de hasta el 85%

Europea de Seguros ha lanzado una promoción especial para miembros del Club NEXOTUR, ofreciendo descuentos de hasta el 85% sobre tarifa oficial. Los profesionales podrán contratar seguros

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

de viaje desde los 75,89 euros (individual). La compañía especializada en pólizas de viaje también ofrece un seguro familiar por 138,96 euros. Para ampliar la información puede llamar al número: 91 344 17 37.

■ Fam Trip



El buque Costa Favolosa ha congregado a más de 400 agentes de viajes.

Gran 'fam trip' de Costa Crociere

Costa Crociere ha organizado un viaje de familiarización a bordo de su buque Costa Favolosa. La iniciativa ha permitido a más de 450 agentes de viajes conocer de primera mano la oferta de la naviera, así como las principales novedades del catálogo para el próximo año. Durante los cuatro días que ha durado el crucero, los participantes han disfrutado de toda la oferta del Costa Favolosa. El buque partió de Bari (Italia), a donde se fletaron dos vuelos desde Madrid y Barcelona para trasladar a los agentes, e hizo escalas en Corfú (Grecia), La Valleta (Malta) y Nápoles (Italia).

Rafaelhoteles by La Pleta lanza dos 'paquetes' para disfrutar del invierno

El pasado 2 de diciembre Rafaelhoteles by La Pleta abrió sus puertas para dar la bienvenida a la temporada de esquí. El hotel, en el valle de Arán (Baqueira), este año pone a disposición de sus clientes 'paquetes' temáticos. Para los más atrevidos, propone cinco días a media pensión, descensos en heliesquí, guía de pistas, video de perfeccionamiento y circuito de aguas en Occitania Spa. Otro programa es el Asian Weekend, un fin de semana con un exclusivo masaje de pindas al té verde

y un *shiatsu* facial, una visita al Occitania Spa y un menú japonés.

Otra de las novedades es la promoción exclusiva para dar a conocer la gastronomía del hotel, con la posibilidad de disfrutar de un menú tres noches al precio de dos por 90 euros por persona. Además, el hotel ofrece un descuento del 15% sobre la mejor tarifa disponible para las reservas realizadas con 60 días de antelación, mientras que el descuento es del 10% si se realiza entre 30 y 60 días de antelación.

☎ 973 645 550

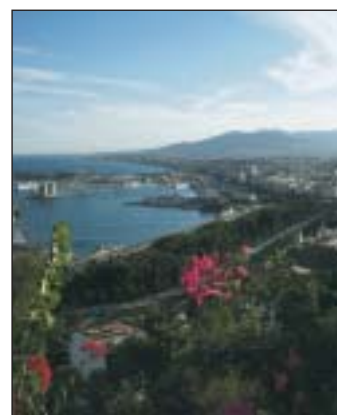


La Pleta está en el valle de Arán.

Málaga tendrá un producto que combine la ciudad y Los Montes

Málaga contará con un nuevo producto turístico que combina estancias en la ciudad con actividades deportivas y medioambientales. Así, los viajeros podrán disfrutar de dos estancias en hoteles de la capital y otras dos en el Parque Natural de Los Montes de Málaga. El Ayuntamiento ha alcanzado un acuerdo con el turoperador Ramblers Worldwide Holidays, que permitirá desarrollar este nuevo 'paquete' turístico que incluye, además, la realización de viajes de familiarización.

✉ www.malaga.eu



El programa tendrá cuatro estancias.

Finnair vuela a Dubai desde el pasado octubre

Desde el pasado octubre, Finnair vuela a Dubai tres veces por semana, vía Helsinki, según informó la compañía finlandesa. Los vuelos de la aerolínea a Dubai, en Emiratos Árabes Unidos, se opera solamente hasta el próximo 23 de marzo de 2012, con aviones Boeing 757. La duración del vuelo entre Dubai y Helsinki es de seis horas. Finnair conecta España, vía Helsinki, con ciudades como Shangay, Tokio, Pekín, Delhi o Bangkok.

✉ www.finnair.com

Felicidades

Esta quincena celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 19 de diciembre

M^a Angeles Rodríguez, V. Ecuador, Sevilla; Santiago Palomares, V. Keynet, Alicante; Sandra Tomás, Central de V., Valencia; Angélica García, V. Guamá, Madrid; Ana Valle Almazán, V. Vallesur, Dos Hermanas; Charo Sanz, V. Lintur, Madrid; Rocío Ayala, V. Ayantour, Madrid; Ovidio López, V. Ultramar Express, Valencia; M^a Lun Lozar Murillo, V. Algenova, Algeciras; Antonio Castillo, V. Maroceana, El Campello; Julio Bazza, V. TJ, Baeza; Isabel Pasas, V. Venezuela, Vigo; Isabel Pazos, V. Venezuela, Vigo; Mario A. Sánchez Caicedor, Alpinatour, Madrid; Pedro Sanz Muñoz, V. Halcón, Leganés; Iván Jara García, V. Atenea, Barcelona.

§ 20 de diciembre

Milagros Bueno, Kasvall, Madrid; Patricia Barreiro, V. Gavatur, Gavá; Rosario Quiñonero, V. Marsans, Granada; Francisco Javier Morena, Galaxy Tours, Madrid; Carmen Cambres, V. Benifaio, Benifaio; Mercedes Fdez. Quesada, V. Palma Este, Palma del Río; José Manuel Maciñeiras, Ultratur, Vigo; Antonio Carmona Bernal, V. Rico, Cádiz; Carmen Santos, V. Tambre, Bayo; Javier Pérez, V. Record Velia,

Madrid; Manuela Aranda, V. Rosell, Roquetas de Mar; José Jorge García, V. Joryol, Oviedo; Isabel Blanco Otero, V. Zonda, Santiago de Compostela; Oscar Saez Ruiz, V. Giramondo, Vitoria; Sara Domínguez, V. Los Pontones, Madrid; Natalia Cadenas, Turi V., León.

§ 21 de diciembre

Juana M. Sanz Lillo, V. Ecuador, Villacañas; Joan Alegret Estrany, Viatges Alegret, Lloret de Mar; Emilia Fernandez de la Puebla, V. Herencia, Herencia; Antonio Ramírez, V. Iberia, Pamplona; José Luis Galindo, V. Catedral, Sevilla; Gemma Barrera, V. Marsans, Ourense; M^a Jesús Seguí, V. Marsans, Alicante; Eva María Hernández, V. Agora, Almería; Alicia Saiz, V. Estiu, Xirivella; Mónica Sánchez, Safar Tour, Madrid; Felipe Bernaola, V. Ecuador, Bilbao.

§ 22 de diciembre

José Antonio Garcés, V. Garcés, Galapagar; Raquel Hidalgo, V. Catai, Madrid; Paolo Boiano, Procosta Viatges, Blanes; José Román, V. Nuintur, Sevilla; Prados Vicent, V. Barceló, Villena; Jane Touzeda, V. Viloria, Santiago de Compostela; Flor León, V. Tarna, Pola de Lavaina.

§ 23 de diciembre

Francisco Santamaria, V. Ecuador, Bilbao; M^a Sagrario Escobar, V. Calypso, Madrid; Tomás Komuda, V. Jairán, Almería; Carlos San Martín, V. Antillas, Madrid; Luis Paradera, Barcelona Service &

Tourism, Barcelona; Maribel Gimeno, V. Mallola, Oplugues.

§ 24 de diciembre

Manuel Gómez, Atlantic Holidays, Dos Hermanas; Belén Miñana, V. Costa Mediterránea, Oliva; Raimundo Diz, V. Rai, La Coruña; Miguel Mora, V. Polinesia, Barcelona; Juan Antonio Buades, V. Buades, Palma de Mallorca; Conchita Alonso Cobo, V. Adelsa, Santander; Juan Jesús Rodríguez, V. Fray Escoba, Madrid; Salvador Martínez Francés, V. Salvatur, Villena; Leticia Hernández Pérez, V. Turín, Las Palmas de G. Canaria; David López Pardo, V. Guadiana, Badajoz.

§ 25 de diciembre

Mercedes de Nova, V. Transfronteras, Madrid; José M^a Pujol Ribalta, V. Pujol, Barcelona; Jesús Núñez Fuentes, Andalucía Travel, Torremolinos; Demetri de San Eugenio, V. Apex, Girona; Leo García, V. Raicar, Murcia; Susi Domínguez, Gestión de V., Benalmádena, Maurizio Scognamillo, V. Casiopea, Valencia; Marta Soldevilla Carbonell, V. Maya, Barcelona; Mónica Antolín, V. Estivaltour, Palencia; Laura Amaya, V. Rico, Puerto Real.

§ 26 de diciembre

M^a del Pilar Rodríguez, V. Ecotours, Santa Cruz de Tenerife; Juan Manuel Álvarez, V. Marsans, Madrid; Manuel Jesús González Pulido, V. Plantour, Sevilla; Fernando Núñez, V. Nogara, Zaragoza; Jesús Morales, V. Plazaola, Pamplona; José

Ferriol, V. Martel, Mallorca; Sagrario García Moreno, V. Albalatour, Málaga; Sagrario García, V. Albalatour, Málaga; Mariam Pérez, V. Carnaval, Sevilla; Jesús Arto, V. Abando, Bilbao; Esteban González, Circuitos Tornado Galicia, Vigo; Julia García, V. Halcón, Langreo; Remedios Pomares, Corzo V.; Almería; Amelia Izquierdo, Fly and Drive, Guadarrama; Paloma Longarela, V. Checosia, Madrid.

§ 27 de diciembre

Luz M. Rey, V. Marsans, Paterna; Juan Luis De Miguel, Central de V., Zaragoza; Alfonso Casse Salmerón, V. Llíria, Llíria; Miguel Luque, V. Gapa, Marbella; Joanne Williams, V. Tabira, Moraira; Leonor García, V. Pineda, Ciudad Real; Castro Latorre, V. Ultramar Expres, Barcelona; M^a Cruz López, V. El Corte Inglés, León.

§ 28 de diciembre

Rosa M^a Marín, V. Piramitur, Reus; Ana Ponce, T&M, Madrid; Esther Collado, V. Ecuador, Madrid; Javier Ventura, V. Aeromar, Valladolid; Olga Escandell, V. Atalaya, Ibiza; Alma Moreno, V. Marsans, Bilbao.

§ 29 de diciembre

Sonia Sanz, V. Zafiro Tours, Sant Fost de Camosentelles; Genaro Ríos, Longueira y Longueira, La Coruña; Lourdes Fuertes, V. Arizona, Madrid; M^a Jesús Chueca, Alpina Tour, León; Julián Jiménez Cabrera, Rudytour, La Orotava; Vicenta Sánchez Migallón, V. Marsans, Manzanares; Vicenta

Martínez, V. Casamayor, Xátiva; M^a Jose Díaz, V. Polmar, La Solana.

§ 30 de diciembre

Paqui Giner, V. Romar, Calpe; Sergio Manzanar, V. Nyandú, Valencia; Aida Barón, V. Serhs, Pineda de Mar; Montse Peregrino, V. Grecomar, Brenes; Paqui Ginés, V. Román, Calpe; M^a Dolores Guitart, V. Digital, Valencia; Patxi Achaldabaso, V. Politur, Barcelona.

§ 31 de diciembre

Luis Sanchez, V. El Corte Inglés, Durando; Nuria Miras, V. Moontravel, Sabadell; Rocío Martín, V. Estivaltour, Dos Hermanas; Francisco Padrón Ruano, V. Rodas, Madrid; Silvia Fernández, Gacelabus, Figueras; Diego Rubio, V. Tournasol, Pamplona; Diego Rubio, V. Tournasol, Pamplona; Carlos Sánchez, Happy Travel, Barcelona.

§ 1 de enero

José Carlos Temporal, Viajes Solventour, Alaquas; Antonio Vidal, Viajes Carvi, Pontevedra; José M^a Aymerich Pujol, Viajes Eurocar, Igualada; Nuria Clemente, Viajes Clemente, Aranda de Duero; León Murcia Baños, Viajes Sango Jet, Murcia; Philippe Cartón, Viajes De Luis, Barcelona; Josep Cid Pedret, Viajes Agatha, El Vendrell; Gerardo Hervás Caldas, Viajes Stand, Madrid; Francisco Valenzuela, Viajes Valenzuela, Arcos de la Frontera (Cádiz); Vicenta González, Alice Tour, Magaluf.



Una de las opciones es la de pasear en motos de nieve.

Laponia sueca ofrece distintas formas de disfrutar del invierno

VisitSweden propone "descubrir Laponia auténtica" en Suecia. Así, para estas fechas navideñas sugiere alojarse en Stiftsgarden en Skellefteå, la ciudad puerta de Laponia sueca. Esta mansión, que es una antigua casa parroquial, cuenta con un hotel de diseño escandinavo y un albergue con precios económicos. Dispone de un 'paquete' de Navidad de 95 euros por persona que incluye aperitivo de *glögg*, cena de Navidad y alojamiento en habitación doble con desayuno.

Si lo que se quiere es conducir una moto de nieve, dormir en una cabaña con la típica sauna en mitad del bosque o participar en un safari

de alces, la empresa Svanselse, experta conocedora de los bosques de Laponia Sueca, organiza excursiones de uno o varios días para parejas o grupos, según cuneta VISitSweden. Para los que quieran aprender a conducir un trineo tirado por perros *huskies* o ir como pasajero, la empresa familiar Rascal Huskies organiza excursiones desde 40 euros. VisitSweden también propone disfrutar de alojamientos originales como el conocido Icehotel, a las afueras de la ciudad de Kiruna, o el nuevo Tree Hotel, abierto en 2010 con seis 'habitaciones' en los árboles.

✉ www.visitsweden.com

Alojarse y cenar un hotel, otra forma de celebrar el fin de año y el inicio de 2012

Casi todos los establecimientos dan la posibilidad de solo cenar o alojarse

Una opción para disfrutar de la noche de Fin de año y del Año Nuevo es celebrarlo en un hotel. Todos diseñan para estas fechas 'paquetes' especiales. El Villa de Laguardia

en Laguardia, el Hesperia Tower en Barcelona, el Barceló Harrogate Majestic en Yorkshire y el Alba Villas by Epikurean en el Algarve son algunos ejemplos.

El Hotel Wine Oil Spa Villa de Laguardia ha diseñado para Fin de Año un programa de 233,5 euros por persona en habitación doble (IVA no incluido), que incluye además alojamiento de una noche y desayuno *buffet*, un circuito de aguas en Wine Oil Spa Villa de Laguardia. Además, tiene la opción del 'paquete' 'Cava y Rosas', que incluye un baño a dúo con extracto de cava y oro y masaje en pareja, con néctar de uva caliente y extractos de oro.

Hesperia Tower, en Barcelona, dispone de varios programas con o sin alojamiento. Entre los más completos dispone de cena Tower, más cotillón, habitación más bodega e IVA incluido, por 195 euros por persona. O cena Evo con las mismas condiciones por 330 euros por persona.

Ya, fuera de España, se puede disfrutar del escenario de la recién estrenada película 'Jane Eyre' en el hotel Barceló Harrogate Majestic en la ciudad balneario Harrogate en Yorkshire (Inglaterra). Dispone de



El Hotel Wine Oil Spa Villa de Laguardia ofrece un 'paquete' de Fin de Año.

dos 'paquetes'. El de la cena de gala, desde 114 euros por persona, con cóctel de bienvenida, cena de gala, ambientación y baile y fuegos artificiales. Y otro con dos noches de alojamiento en habitación doble del 30 de diciembre al 1 de enero (incluyendo cena de bienvenida, cena de gala y *brunch* de Año Nuevo), desde 336,45 euros la noche.

Por último, Alba Villas by Epikurean, hotel con encanto locali-

zado en el acantilado de Albandeira en Carvoeiro, Algarve, presenta sugerencias exclusivas para que sus huéspedes disfruten de unas Navidades y de una Nochevieja inolvidables, llenos de magia y sorpresas en un refugio idílico, en pleno contacto con la naturaleza.

✉ www.hotelvilladelaguardia.com
☎ 93 413 50 00

✉ www.barcelo-hotels.co.uk

✉ www.epikurean.ws



Suscríbase ahora al Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

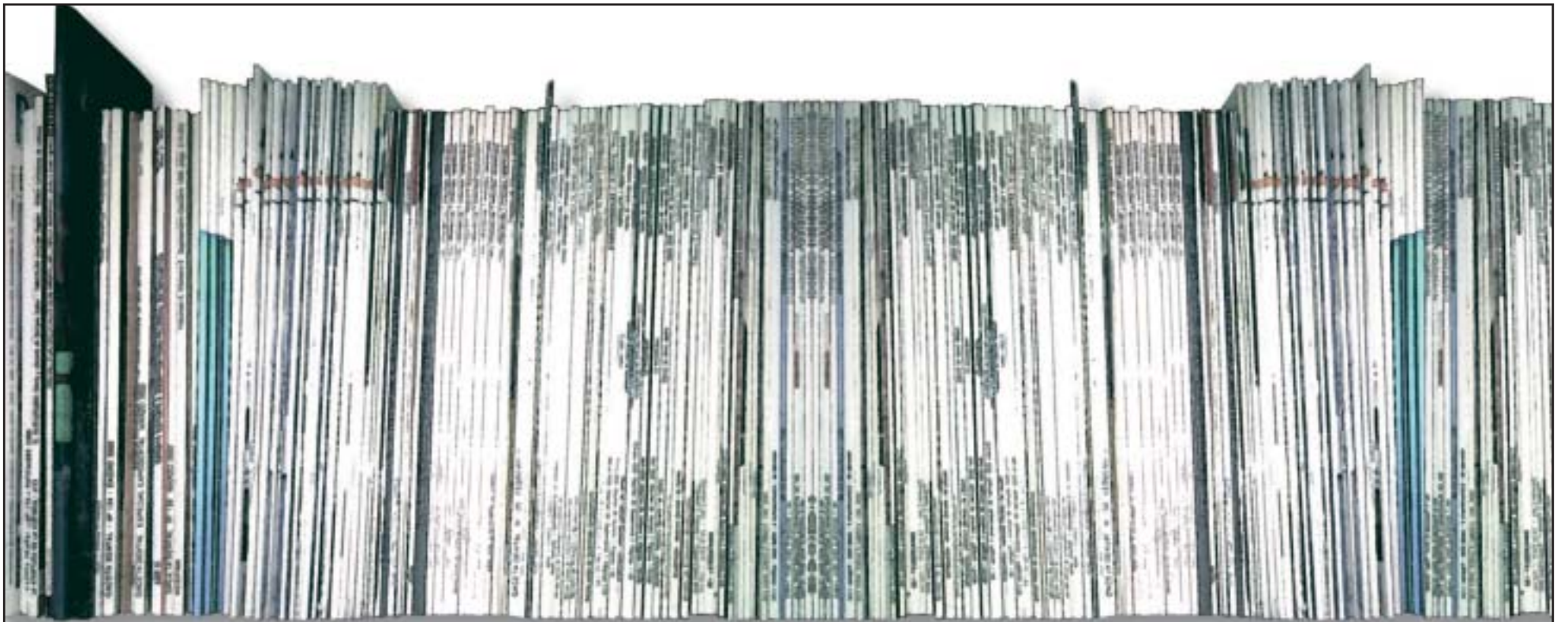
Deseo suscribirme al Periódico NEXOTUR por un año, recibiendo el libro "No podía ser de otra manera", por sólo 99 euros*.

D./D*:
 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



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

club NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

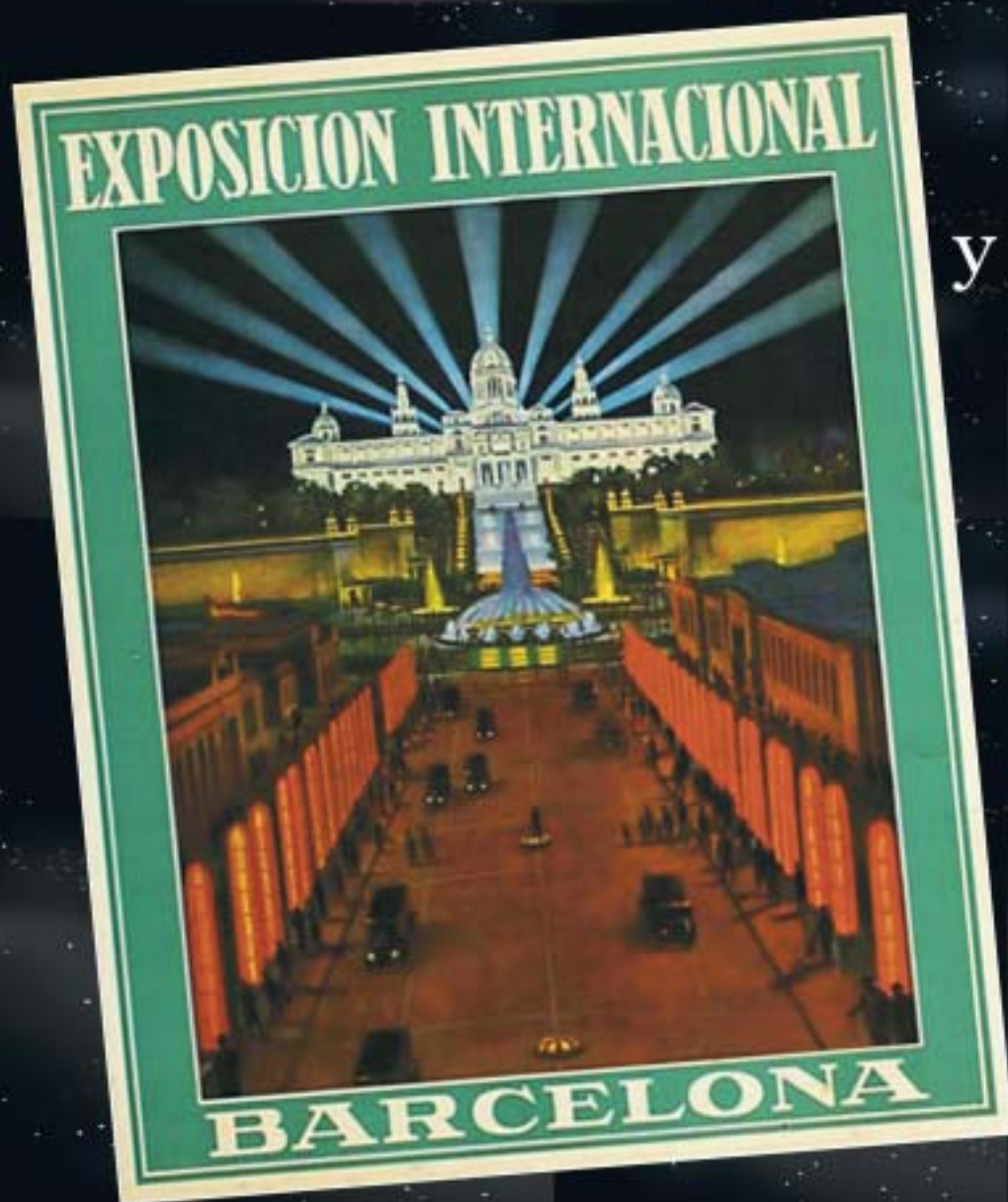
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 ☎ 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 ☎ 93 668 30 82
GUAMA	Descuento del 30% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 75% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	50% de descuento sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ☎ 913 14 14 19
BEST WESTERN	50% de descuento sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo dos habitaciones y tres noches de estancia. Válido en hoteles españoles y portugueses. Sujeta a disponibilidad.	31-12-2010	Dpto.deReserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ☎ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ☎ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ☎ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ☎ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
EUROPEA DE SEGUROS	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de viaje. Mod. Individual: 75,89 euros. Mod. Familiar. 138,96 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2009	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902 90 97 37 Ext. 415 rpalacios@intermundial.es



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

Hot el er ia

Las pernoctaciones en los hoteles aumentan más de un 3% en octubre y los precios bajan una décima

En el acumulado de los diez primeros meses del año, las estancias en los establecimientos crecieron un 6,9%

Los hoteles españoles han registrado 24,7 millones de pernoctaciones en octubre, lo que supone un aumento del 3,2% respecto al mismo

mes de 2010. Por su parte, los precios han caído en un 0,1%. Las estancias de los españoles han caído un 9,3% en el último mes analizado

por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), aunque las de los extranjeros han registrado un incremento del 11%.

El crecimiento del 3,2% de las pernoctaciones en el décimo mes del año se ha debido, según el INE, al comportamiento de los turistas extranjeros, que elevaron un 11,1% sus pernoctaciones en estos establecimientos, frente al de los turistas españoles, cuyas pernoctaciones han caído un 9,3%. Asimismo, la estancia media se ha situado en 3,2 pernoctaciones por viajero, un 3,5% más.

La facturación por habitación ocupada ha alcanzado un valor medio de 67 euros en octubre (0,9 euros más que hace un año), mientras que los ingresos hoteleros por habitación disponible se situaron en 37,8 euros (1,3 euros más). En cuanto al grado de ocupación, en octubre se han cubierto el 52% de las plazas ofertadas, un 2,2% más, mientras que el grado de ocupación por plazas en fin de semana se ha situado en 56,3%, un 3,5% más.

Los viajeros procedentes de Alemania y Reino Unido han realizado más de nueve millones de pernoctaciones en octubre, con incrementos

del 14% y 5,3%, respectivamente. Las pernoctaciones de los viajeros de Francia, Países Bajos e Italia (los siguientes mercados emisores) registran unas tasas interanuales del 15,4%, 21,7% y 10,9%, respectivamente.

El principal destino elegido por los no residentes vuelve a ser Baleares. En esta Comunidad las pernoctaciones de extranjeros aumentan un 13,2%. Le siguen Canarias, con una tasa interanual del 14%, y Cataluña, con un incremento del 5,9%. Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana son los destinos principales de los viajeros españoles, con tasas interanuales de pernoctaciones del -14,5%, -8,9% y -10,4%, respectivamente.

Índice de precios

Por su parte, la tasa interanual del índice de precios hoteleros (IPH) baja un 0,1% en octubre, tasa inferior en 1,3 puntos a la obtenida en septiembre y 1,5 puntos mayor a la registrada hace un año. Por categorías, los pre-



En Baleares, las pernoctaciones de extranjeros aumentan un 13,2%.

cios hoteleros suben en los hoteles de una estrella de oro. Por el contrario, bajan en los de tres y dos estrellas de plata (un 3,0%), cinco estrellas de oro (0,4%), dos estrellas de oro y una estrella de plata (ambos 0,2%) y tres estrellas de oro (0,1%).

La facturación media de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) ha sido de 67 euros en octubre, 0,9 euros más respecto al mismo mes de 2010. Por su parte, el ingreso

por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 37,8 euros, con un incremento de 1,3 euros.

Por categorías, la facturación media es de 146,4 euros para los de cinco estrellas, de 73,7 euros para los de cuatro y de 52,6 para los de tres. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 90,8, 49,5 y 30,7 euros, respectivamente.

NH gana 1,4 millones de euros en los nueve primeros meses del año

La cifra de negocio de NH Hoteles ha alcanzado hasta septiembre 1.056 millones de euros, un 7,7% más respecto al periodo anterior. En este tiempo, el RevPar crece el 6,9%, por la mejora en la ocupación del 4,4% y del incremento de los precios medios del 2,3%.

El beneficio bruto de explotación (Ebitda) alcanza los 127,7 millones de euros, un 24,9% más con respecto a los nueve primeros meses de 2010, mientras que el beneficio operativo llegó a los 30,5 millones de euros, 21,7 veces más que los 1,4 millones del mismo periodo del año anterior.

Los ingresos de la actividad hotelera llegan a los 1.006 millones de euros, lo que supone una mejora del 6,1%, mientras que los de la división inmobiliaria se incrementan un 22,3%, hasta 11,6 millones. En los nueve primeros meses, el ingreso por habitación disponible (RevPar) aumenta un 6,9% como consecuencia de una mejora de la ocupación del 4,4% y un crecimiento de los precios medios del 2,3%.

NH destaca que España presenta en el tercer trimestre "los mejores resultados en lo que va de año", con un crecimiento del RevPar de más del 8%, gracias en parte al buen comportamiento de Madrid durante el mes de agosto por la visita del Papa. De hecho, la

actividad hotelera del grupo ha ingresado en España un total de 160,5 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone un aumento del 1,6% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Mercados exteriores

En Italia prosigue la recuperación de la demanda impulsada por el cliente corporativo y con un aumento del RevPar del 7,2%, mientras que en la región Benelux el incremento fue más moderado, señala la compañía. Por su parte, el negocio de Europa Central sigue mostrando "un sólido crecimiento" con un aumento del RevPar del 6,7%, mientras que los mercados latinoamericanos mantienen los buenos crecimientos registrados en el primer semestre, aunque el tipo de cambio es menos favorable por la evolución del dólar.

NH recuerda que, en octubre, vendió el 67% restante del Hotel Lotti por 71 millones de euros, lo que supuso una plusvalía de 11,5 millones, y que la compañía hotelera ha materializado desinversiones desde 2009 por valor de 345 millones de euros, un 15% más de los objetivos inicialmente marcados.

Los hoteles de Madrid ingresarán por habitación un 6% más en 2012

Madrid y Barcelona se encuentran entre las diez ciudades de Europa con mejores perspectivas hoteleras para 2012, con un crecimiento de los ingresos por habitación (RevPAR) del 5,6% para Madrid y del 2,4% para Barcelona, según el informe de previsiones hoteleras que elabora anualmente PwC.

De este modo, Estocolmo será la ciudad que registre un mayor crecimiento de los ingresos por habitación en 2012 (17,3%), seguida de Londres (8,3%) y Amsterdam (6,5%). Madrid se sitúa en la cuarta posición, mientras que Barcelona alcanza el décimo puesto. En cuanto a la tarifa media diaria, Ginebra, París y Zúrich serán las urbes más caras y superarán los 200 euros. Barcelona alcanzará los 114 euros, un 1,3% más que en 2011, y Madrid mantiene los 90 euros de 2011.

En cuanto a la ocupación, Londres será la capital que lidere el sector en 2012, gracias a la celebración de los Juegos Olímpicos, que situará el ratio de ocupación cerca del 85%. Asimismo, se espera que Estocolmo, Edimburgo, París, Amsterdam y Viena superen en 75% de ocupación, mientras que Madrid y Barcelona, sin



Estocolmo será la que más crezca.

embargo, registrarán un 69% y un 73%, respectivamente.

El documento incluye las previsiones hoteleras en materia de ocupación, tarifa media e ingresos por habitación de las 17 ciudades "con mayor atractivo turístico de Europa", que son Estocolmo, Londres, Amsterdam, Madrid, Moscú, Dublín, Berlín, Ginebra, París, Barcelona, Viena, Frankfurt, Edimburgo, Zúrich, Estambul, Roma y Belfast.

Producto

Husa incorpora a su cartera el hotel Las Casas, su tercer establecimiento en Sevilla

Husa ha incorporado a su portafolio su tercer establecimiento en Sevilla, el Hotel Las Casas de los Mercaderes y que se encuentra ubicado en pleno centro comercial de la capital andaluza junto al Alcázar, la Giralda, la catedral y el Ayuntamiento. El hotel es un edificio unido con otros antiguos reformados y que se fusionan en un patio sevillano del siglo XVIII, que cuenta con 47 habitaciones, de las cuales 41 son dobles y seis individuales.

Tryp by Wyndham llega a Centroamérica con su primer hotel en Costa Rica

Wyndham Hotel Group ha anunciado el lanzamiento de su marca Tryp by Wyndham en Costa Rica, con la apertura del hotel Tryp San José Sabana. Esta inauguración aumenta su cartera de hoteles en Iberoamérica, que ya cuenta con 14 establecimientos. El hotel cuenta con 98 habitaciones y está situado a 20 minutos del aeropuerto Internacional Juan Santamaría, a diez minutos del centro de San José y dispone de amplias salas para reuniones y eventos.

Sercotel Hotels integra en su red el hotel y los apartamentos Pazo Do Río

Sercotel Hotels ha integrado en su cartera el hotel y los apartamentos Pazo Do Río, un complejo de 19.000 kilómetros cuadrados a tres kilómetros de A Coruña, y que perteneció a una familia aristocrática gallega. Un estatus que le ha merecido el reconocimiento como hotel-monumento. El resort Pazo do Río dispone de un total de nueve habitaciones en el pazo, decoradas con el ambiente noble del siglo XVI y 20 apartamentos dúplex de diseño vanguardista y decoración funcional y familiar.

Los hoteles de Sevilla y Endesa firman un convenio para optimizar el consumo

Para optimizar el consumo y mejorar la eficiencia energética de los establecimientos hoteleros de Sevilla, Endesa en Andalucía y la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia (AHS) han firmado un convenio para colaborar mano a mano el conseguir en objetivo marcado. Más de 200 establecimientos recibirán asesoramiento.



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**

Caen más de un 9% las pernoctaciones de españoles en alojamientos extrahoteleros

Los precios en los alojamientos de Turismo rural registran un aumento del 1% y la oferta crece más del 4%

Las pernoctaciones en establecimientos extrahoteleros (apartamentos, campings y alojamientos de Turismo rural) han superado los

6,3 millones en el mes de octubre. Esta cifra supone un 1,9% más que en el mismo periodo analizado en 2010, aunque los españoles han

reducido sus estancias en un 9,1%, según los últimos datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

El repunte de las pernoctaciones en este tipo de alojamientos se ha debido al aumento del 6,8% de las estancias de los no residentes, frente al descenso del 9,1% en las pernoctaciones de los residentes. No obstante, la estancia media ha subido durante este mes un 3,5% en relación a octubre de 2010, situándose en 5,5 noches por viajero.

En los diez primeros meses del año, las pernoctaciones realizadas en alojamientos turísticos extrahoteleros han aumentado un 5,2% en relación al mismo periodo del año pasado. Por su parte, en los alojamientos de Turismo rural, las pernoctaciones caen un 13,2% debido a la falta de demanda de los españoles, que disminuyó un 19,5%, frente al aumento en un 23,7% de las pernoctaciones de los no residentes.

Por otro lado, las pernoctaciones en acampamentos turísticos decre-

cieron un 2,7% en octubre, con 1,2 millones de pernoctaciones, mientras que las estancias en alojamientos de turismo rural rozaron las 600.000, un descenso interanual del 13,2%.

Más plazas en octubre

Las casas rurales ofrecieron en total 141.828 plazas en el décimo mes, un 4,5% más, de las que finalmente se ocuparon el 13,6%, lo que supone un descenso del 16,8%. El grado de ocupación por plazas en fin de semana alcanzó el 24,9%, un 14,4% menos que en 2010. Castilla y León fue el destino preferido en esta clase de alojamientos, con 132.883 pernoctaciones, un 11,7% menos, seguida de Cataluña, con 62.884 pernoctaciones, un 15,3% menos.

De acuerdo con los datos del INE, el índice de precios en apartamentos turísticos registra en el décimo



Las estancias de los extranjeros han crecido el 6,8%.

mes del año una subida del 1%, misma tasa que la del mes precedente. La tarifa turoperadores y agencias de viaje, que tiene el mayor peso en la estructura de ponderaciones este mes, registra un aumento del 2,8% respecto al mismo mes del año anterior. Por modalidades, los apartamentos de entre dos y cuatro plazas

subieron sus precios un 1,3% respecto a octubre de 2010.

Por su parte el índice de precios de alojamientos de Turismo rural registró un aumento del 1% en octubre en relación al mismo mes de 2010. Por modalidad de alquiler, la tarifa de fin de semana, con una ponderación del 66,4%, ha crecido un 0,7%.

El Gremio de Hoteles de Galicia urge a una reforma laboral 'seria' y mejorar contratación

Por las previsiones de cierre de establecimientos, exigen a la Xunta que 'escuche'

El Gremio de Hoteles de Galicia (GHG), considera necesario que se impulse una reforma laboral "seria", que sea "más flexible", similar a fórmulas aplicadas

"en el centro de Europa". Igualmente, que permita a las empresas "tener gente" en función de "la carga de trabajo" disponible en cada temporada turística.

Así lo ha señalado el presidente de la Asociación Empresarial de Hospedaje de A Coruña y portavoz del Gremio, Francisco Canabal, quien ha advertido de que esta situación "obliga" al empresario a "hacer EREs" y ha invitado a que la gente "pierda el miedo de querer vivir siempre de funcionarios". Considera que "no puede ser" que, de ocho, "se trabajen cinco horas" cuando no hay carga de trabajo, lo que lleva "a la larga" a "cerrar empresas".

Para afrontar el futuro y con vistas al nuevo gobierno de Mariano Rajoy, ha apostado por "una mudanza importante" en la que estén "todos" los implicados (empresarios, sindicatos...). "Si no, mal vamos", ha advertido. Canabal ha insistido en que habrá que "reducir cosas". Para paliar esta situación, el sector pretende "ser un lobby" para que la Administración "escuche" sus demandas, ya que es "muy

cómodo" para el Gobierno que existan "distintas asociaciones" y que "uno diga una cosa y otro otra".

Las cifras de este año para el gremio apuntan una perspectiva "francamente imposible de aguantar", con un 31,75% de media de ocupación en toda Galicia entre enero y octubre y sin llegar a una media de dos días de pernoctaciones. "Tenemos los precios más bajos de toda España", ha lamentado Canabal.

Los huéspedes nacionales están entre los más 'ahorradores' al contratar habitaciones de hotel

En España la media es de 76 euros, frente a los 104 que el español gasta fuera

Los españoles son los que menos han gastado en pasar una noche de hotel dentro de España durante la primera mitad de 2011 con una media de 76 euros.

Por otra parte, en alojarse en el extranjero destinan alrededor de 104 euros, según el Índice de Precios Hoteleros del 'portal' de reservas Hotels.com.

Los españoles ocupan el tercer puesto en el ranking de los que menos gastan en su propio país por detrás de los indios y los neozelandeses, quienes destinan 66 euros y 77 euros, respectivamente, en alojamientos dentro de sus fronteras pero gastan en ambos casos 105 euros cuando viajan fuera.

En el lado contrario están los japoneses que son los que más pagaron en sus viajes llegando a los

127 euros por noche seguidos de los suizos con 125 euros quienes, además, son los que más gastaron dentro de sus fronteras.

Los australianos, con 122 euros, son los terceros en la lista de los que más pagaron por una noche de hotel en el extranjero, la misma cantidad que los americanos pero con la diferencia de que éstos últimos gastan menos por una estancia en su país (88 euros).



Los japoneses son los que más pagan.

■ Producto

Logis incorpora siete nuevos hoteles, con lo que ya suma 25 en España

Logis ha ampliado su presencia en España incorporando siete nuevos hoteles a su red, que están distribuidos en Cataluña, Baleares, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana. La cadena hotelera francesa pretende alcanzar los 40 establecimientos a finales de este año y llegar hasta los 75 en 2012. Los tres nuevos hoteles catalanes se encuentran en un entorno rural y de montaña, mientras que los de las Islas Baleares permiten disfrutar de un Turismo diferente al clásico de 'sol y playa'.

Starwood abrirá cinco establecimientos en China antes de finales de año

Starwood abrirá antes de finales de 2011 cinco establecimientos en China bajo su marca Sheraton. Además, Sheraton ha abierto siete nuevos establecimientos y resorts en la región en Pekín, Shanghai, Guangzhou, Chongqing, Zhenjiang, Hainan y Jinz-hou. Con la incorporación de estos 12 establecimientos, Sheraton aumentará hasta 46 los hoteles en China a finales de año, lo que deja a la cadena hotelera cerca de su objetivo de lograr 100 hoteles en China antes de finales de 2012.

Husa Hoteles amplía su oferta deportiva con el Club de Polo en Barcelona

El Hotel Rey Juan Carlos I, de la cadena hotelera Husa, y el Real Club de Polo de Barcelona han firmado un convenio por el cual aúnan sus servicios deportivos, de tal modo que los clientes del hotel podrán utilizar las pistas de la entidad y viceversa sin que suponga un coste adicional para los huéspedes. El presidente del Grupo Husa, Joan Gaspart, ha destacado que esta unión se escenifica a través de la apertura de una puerta entre los jardines de ambas entidades, que son colindantes. El acuerdo incluye un contrato de arrendamiento para que durante los próximos 15 años.

Ibis Granada colabora con dos ONGs para renovar sus instalaciones

Ibis Granada ha aprovechado la renovación de sus 97 habitaciones para ayudar a personas desfavorecidas con la donación de los elementos reemplazados en las habitaciones, como colchones y mantas, según ha anunciado el grupo hotelero. El establecimiento ha entregado a la fundación Escuela de Solidaridad 30 mantas y colchones. Y la asociación de voluntarios Armilla Solidaria ha recibido 60 colchones y mantas.


Hoteles madrileños implanta sistema para conocer sus consumos

Un total de 20 hoteles de Madrid han instalado un sistema que controla el consumo energético en tiempo real, ya sea climatización, iluminación, o elementos individuales de consumo, según señalan desde la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), tras el acuerdo con la empresa N2S.

Los datos de consumo del establecimiento podrán ser consultados por control remoto. Esta solución tecnológica se ha instalado en los establecimientos de Rafael Hoteles, CHH, Eurostars, Espahotel, Hotel Convención y Convención Barajas, Apartamentos Jardines de Sabatini, Travelodge y el Hotel Mayorazgo.

El sistema Power2energy de N2S, permite monitorizar todas las fuentes de consumo eléctrico de un edificio al nivel de detalle que el propietario o gestor del mismo desee, desde una bombilla hasta el consumo general, pasando por el control de consumo de ascensores, habitaciones, aparatos de cocina, climatización o iluminación de pasillos o zonas comunes. El ahorro energético en la factura anual que estima la compañía se sitúa entre el 15% y el 20%.

Al mismo tiempo, cuenta con un sistema de alertas que avisa al gestor en caso de que el consumo supere los umbrales máximos que hayan sido establecidos. El conocimiento al detalle de todos los datos que proporciona el sistema permite optimizar cualquier política de eficiencia energética.



NEXOTUR

La información profesional no es un juego de niños

**El Periódico NEXOTUR
ofrece, cada semana,
la información más útil,
rigurosa y comprometida
con el Sector.**

**Sin rumores, ni vida social
o datos sin contrastar.
Un instrumento de trabajo
al servicio del agente
de viajes emisor y en
defensa de sus intereses.**

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional

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
TUI 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
CATAI TOURS O'Donnell, 49 MADRID	☎ 91-4093281-4091125 Fax 91-4096629
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3ª BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 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 358358/91-7244777 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
HVALATRAVEL.COM Diputació, 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 B MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS - VIAJES NIZA Av Las Américas, Plaza 26 ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ª C 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	☎ 91-5416200/902-8777778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-8777778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gastelz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-8777778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-8777778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-8777778 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 Via, 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, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Entp. Of. 6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ª C BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entp. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedeceros, 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 Berlin Gran Via Asima 6A 1ª C PALMA DE MALLORCA	☎ 902-448686 Fax 971-448689
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 2º Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 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	☎ 91-7896400
www.visioncruceros.com	☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobretaco 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 Catalanes, 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

CANARIAS.COM - NIZA TOURS Av. Las Américas, cc:Américas Pz.26 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 Fralte, 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
RIU HOTELES Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
UTELL Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1ª	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

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

Transporte por Carretera

AEROCTY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
AUTOCARES GARCÍA TEJEDOR Jaime El Conquistador, 34 MADRID	☎ 91-4737773 Fax: 91-4738072
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ª C 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

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
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. Adecuarla 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

Considere cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: 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".

Tel: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745
E-mail: fetosalain@yahoo.com, alainf_3@hotmail.com

Coste a Formar adaptado a sus posibilidades

La 'web' de Be Live Hotels ofrece las reservas 'online' al cliente final

Be Live Hotels presenta una página de cuidado diseño con una información adecuada sobre sus hoteles de 'sol y playa' en diversos destinos, y un sistema de gestión de reservas rápido y de fácil uso, pero no está disponible para las agencias de viajes.



www.belivehotels.com

La cadena hotelera del Grupo Globalia **Be Live Hotels** ofrece, únicamente al cliente final y con pago mediante tarjeta, un sistema de reservas de sus hoteles de playa en diversas costas en España, el Caribe y Marruecos, muy completo y de fácil uso. La página, que presenta versiones en castellano, francés, alemán e inglés, incluye una completa información de sus establecimientos y una descripción y un vídeo de presentación de las características y los objetivos de la cadena, además de una guía rápida de cada uno de los destinos.

INFORMACIÓN

Se accede a los hoteles desde una pantalla que los agrupa por destino o pulsando 'Experiencias', donde los presenta por tipo de hotel. Seleccionando uno, ofrece una amplia descripción en varias pantallas, en las que incluye algunas fotografías y sus ofertas.

RESERVA

Dispone de un rápido y sencillo sistema de gestión de reservas, válido únicamente para el cliente final, con pago mediante tarjeta y posibilidad de mantenimiento posterior de la reserva. También ofrece a particulares y agencias un formulario para la gestión de grupos.

GENERAL

La página ofrece una descripción muy general de la empresa y las características de su oferta de hoteles de 'sol y playa', así como todas sus direcciones de correo y teléfonos. También, como ayuda al cliente, incluye una guía rápida de cada uno de sus destinos.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Se trata de una página bien diseñada, cuya presentación y estructura facilitan la selección y la reserva de sus hoteles.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No dispone de funcionalidad de reserva para las agencias, a las que sólo ofrece un formulario para la gestión de grupos.

BE LIVE / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de su adecuado diseño, la página de la cadena hotelera de Globalia es de poco interés para las agencias de viajes, ya que sólo pueden consultar información o enviar un formulario de solicitud de reserva de grupos, pero no gestionar *online* sus reservas.



Entrada / Presenta la primera pantalla de reservas, el acceso al mantenimiento de reservas y al resto de las áreas de la web.



Producto / Desde una pantalla con sus hoteles por país, se accede a una completa descripción en varias pantallas.



Reserva / Ofrece al cliente final un completo sistema de reservas muy fácil de utilizar en sólo tres pasos.

Aer Lingus amplía sus servicios al viajero en su nueva página 'web'

La página actual de Aer Lingus amplía la información y las facilidades para gestionar las reservas de sus vuelos, hoteles, vuelo más hotel, alquiler de coches y otros servicios turísticos, aunque sigue sin estar disponible para las agencias de viajes.



www.aerlingus.com

Aer Lingus ha optimizado los servicios de su web al cliente final en una página de cuidado diseño y de estructura amigable que incluye una completa información de la empresa y sus servicios, que ahora contemplan nuevas opciones para la gestión de las reservas. También ha completado la reserva de hoteles incluyendo la confirmación inmediata y ha añadido la gestión de 'paquetes' de vuelo más hotel y de múltiples servicios en destino. La página actual presenta versiones para múltiples países e idiomas, aunque una parte de la información sólo se ofrece en inglés.

INFORMACIÓN

Informa sobre su flota y presenta planos activos de sus vuelos por zonas. Ofrece, dentro un amplio conjunto de información de sus servicios, sus horarios consultando por origen, destino y mes, y la situación de los vuelos en curso, por fecha y número de vuelo.

RESERVA

Ha optimizado su sistema de reserva de vuelos, incluyendo múltiples funciones de gestión de las reservas. También ofrece hoteles, vuelo más hotel, la gestión de servicios en destino y un área de alquiler de coches, aunque ya no los gestiona en un carro de la compra.

GENERAL

Ofrece una completa información sobre la empresa y un área de ayuda al viajero con la descripción de todos sus servicios y su forma de utilización. También informa sobre su programa de fidelización Gold Circle Club para los clientes previamente registrados.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Es un sistema muy completo y de fácil uso que permite al cliente final gestionar sus vuelos y otros servicios.

▼ Lo Peor / Gestión de Agencias

Continúa sin incluir ningún área para las agencias de viajes, a las que no permite gestionar sus reservas.

AER LINGUS / 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	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTIÓN ESPECÍFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Aer Lingus, a pesar de su calidad y facilidad de uso, sigue siendo de poco interés para los agentes de viajes, ya que sigue sin permitirles gestionar en ella sus reservas, debiendo limitarse a consultar información sobre sus vuelos y sus precios.



Entrada / Presenta la reserva y el acceso a toda su gestión y a todas las demás áreas de información de la página.



Producto / Dentro de un amplio conjunto de información al cliente, presenta mapas de sus vuelos y horarios por trayecto y mes.



Reserva / Dispone de un completo sistema de vuelos, hoteles y coches, que no está disponible para las agencias.

Información limitada en la página de Internet de Autocares Arriaga

La web de Autocares Arriaga ofrece, con una cuidada presentación, una información muy general sobre la empresa y su flota, así como la relación de sus delegaciones y servicios, sin incluir sus tarifas, para lo que ofrece un formulario de contacto.



www.arriagabus.com

Autocares Arriaga, empresa dedicada al transporte terrestre discrecional ubicada en Vitoria, presenta una página de correcto diseño, pero que ofrece una limitada información sobre la empresa, sus delegaciones, su flota y sus servicios, de los que únicamente incluye una relación, sin informar sobre sus características, tarifas ni condiciones de contratación, para lo que presenta únicamente un formulario para la solicitud de presupuestos. Por otro lado, la página de Arriaga ofrece versiones en castellano e inglés, esta última aún no disponible.

INFORMACIÓN

Ofrece una información muy limitada sobre sus servicios, de los que presenta una relación diferenciando los locales y nacionales de los internacionales. También, en otra pantalla, presenta las características principales de seguridad y confort de los vehículos de su flota.

RESERVA

No incluye ninguna información sobre las tarifas de sus distintos tipos de servicio, ofreciendo para su contratación únicamente un sencillo formulario para la solicitud de presupuestos y un mapa con sus delegaciones, de las que ofrece su dirección pero sin el teléfono.

GENERAL

La página de Autobuses Arriaga ofrece alguna información sobre la empresa, su historia, sus características y su estructura, incluyendo la dirección de su central en Vitoria, pero también sin su teléfono, ni ninguna dirección de correo electrónico.

▲ Lo Mejor / Presentación

Es una página de cuidada presentación con pantallas de agradable diseño y sencilla estructura.

▼ Lo Peor / Contenidos

Ofrece una descripción muy limitada de sus servicios, de los que no incluye sus tarifas ni información para agencias.

ARRIAGA / Transportes

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

El 'sitio' en Internet de Autocares Arriaga ofrece a los profesionales de Turismo únicamente una relación, sin incluir sus tarifas, de sus servicios discrecionales de transporte por carretera desde sus delegaciones en el País Vasco, y un formulario para solicitar presupuesto.

4,5



Entrada / En una pantalla de cuidado diseño presenta el acceso a las cinco pantallas de información que ofrece la web.



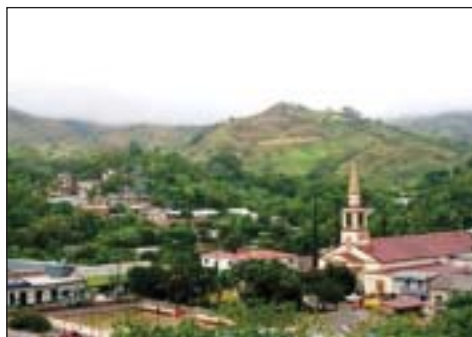
Producto / Presenta una pantalla con la relación de sus servicios de transporte por carretera y otra que describe su ruta.



Reserva / En el área de reservas presenta únicamente un formulario para la solicitud de presupuestos.

Nicaragua ofrece una página con la información turística del país

La web oficial de Turismo de Nicaragua ofrece, con una estructura y un diseño de pantallas adecuados, un amplio conjunto de información turística del país, incluyendo, tanto sus temas e interés para un viajero, como alojamientos, restaurantes y rent a car.



www.visitnicaragua.com

El **Instituto Nicaragüense de Turismo (Intur)** presenta una página de fácil uso, con versiones en inglés y castellano, en la que ofrece un interesante conjunto de información para el viajero. En ella incluye, además de información general sobre el país, la descripción de sus distintas zonas turísticas con sus principales características, la relación de las distintas actividades que ofrece al turista, la relación de operadores recomendados en varios países, y buscadores paramétricos de alojamientos, restaurantes y empresas de alquiler de coches.

INFORMACIÓN

Presenta su información por destinos y por actividades. Seleccionando una zona ofrece su descripción general y detallada y sus características principales en varias pantallas. También presenta una relación y la descripción de las principales actividades turísticas.

RESERVA

No dispone de gestión de reservas, pero ofrece buscadores de alojamientos, restaurantes y alquiler de coches, con su correo electrónico y el enlace con su web. También presenta una relación de los turoperadores recomendados por el país de origen.

GENERAL

Además del enlace con la página de Intur, con una completa descripción de este organismo, incluye un amplio conjunto de información para un viajero en Nicaragua, sus Centros de Información Turística, algunos vídeos y áreas de noticias y de imágenes.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de diseño amigable, con una estructura de fácil acceso a una información adecuada.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Ofrece al viajero una relación de turoperadores recomendados, pero no incluye ninguna información para las agencias.

NICARAGUA / Destino

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque no contempla la gestión de reservas ni ofrece información sobre organización de eventos en el país, la página oficial de Turismo de Nicaragua puede ser de interés para los agentes de viajes por su facilidad de acceso a una información de interés para el turista.

6,6



Entrada / Presenta el acceso a todas las áreas de información de la página, noticias, vídeos y temas destacados.



Producto / Seleccionando un destino ofrece una descripción general y todas sus características en varias pantallas.



Reserva / Dispone de buscadores de alojamientos, restaurantes y coches, en los que ofrece una relación y el enlace con su web.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Nuevas ofertas de agencias de viajes y compañías aéreas para Madrid y Barcelona

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

■ **Viatges Pujol.** Barcelona. Agencia de viajes necesita profesional para suplencia por baja por maternidad. Requisitos: experiencia de dos años en puesto similar, manejo fluido de Amadeus y Renfe. También se valorará amabilidad y aptitudes para el trato con el cliente y conocimientos de Office. C.V: mariajose@viatgespujol.com.

■ **Avianca.** Madrid. Se busca profesional para control de gestión comercial de una compañía aérea. Deberá hacer más eficiente el proceso de toma de decisiones mediante el análisis de diferentes fuentes de información, así como el seguimiento del canal para disminuir riesgos de fraude. Requisitos: licenciado con experiencia en aerolínea y conocimientos de BSP y Amadeus. C.V: nrojas@avianca.es.

■ **Perfect Day Travel Business.** Madrid. Se busca director comercial para captación, visitas y mantenimiento de clientes. Requisitos: aportación de cartera de clientes propia. C.V: dchinarro@perfectday.es.

■ **Zafiro Tours.** Madrid. Agencia de viajes precisa profesional para suplir a em-

pleada de baja por maternidad. Requisitos: experiencia de un año. Necesitamos estudiante o persona en periodo de formación. C.V: madalcoer@zafiritours.es.

■ **Rsdahuer Viajes.** Barcelona. Agencia de viajes busca profesional para oficina de Barcelona. Requisitos: inglés y manejo de Amadeus. C.V: mhospital@rsdahuer.com.

■ **Avianca.** Madrid. Se precisa profesional para el control de la gestión comercial. Requisitos: licenciado con experiencia, conocimientos de herramientas como BSP, Amadeus, dominio del Excell y manejo de tablas dinámicas. C.V: nrojas@avianca.es.

■ **Viajes Colmenar.** Colmenar Viejo (Madrid). Se busca estudiante de Turismo para la realización de prácticas en agencia de viajes ubicada en Colmenar Viejo. Requisitos: vivir en la localidad o alrededores. C.V: nieves.sanchez@viajescolmenar.com.

■ **Técnicas Rigar.** Madrid. Se precisa agente para la apertura de una oficina en la zona sur. Requisitos: experiencia, dominio de Savia y Amadeus, don de gentes y dotes comerciales. C.V: rrigarviajes@gmail.com.

■ **Magnificat Tours.** Nueva agencia de viajes busca comercial *freelance* para individuales y para viajes organizados con desti-

no Portugal. Alta remuneración económica de hasta el 50% de los beneficios. Requisitos: dispuesto a trabajar como autónomo y se valorará aportación de cartera de clientes. C.V: info@magnificat-tours.pt.

■ **Buscadoresdeviajes.com.** Buscamos agentes de viajes *freelance* con cartera de clientes. Requisitos: experiencia mínima de un año en puesto de agente de viajes. C.V: info@buscadoresdeviajes.com.

■ **Travel Loop.** Madrid. Consultora tecnológica turística necesita comerciales o agentes especializados en *business travel* para comercialización de una herramienta de reservas *online*. Requisitos: disponibilidad para viajar, capacidad de comunicación y experiencia en el trato con *travel manager*. C.V: administracion@travellloop.es.

■ **Viajes Gran Plaza.** Sevilla. Se necesita comercial para Andalucía, Castilla-La Mancha y Madrid. Requisitos: disponibilidad para viajar, entre 30 y 35 años, vehículo propio y experiencia en el Sector de agencias. C.V: comercial@viajesgranplaza.com.

■ **Viajes Carrefour.** Barcelona. Agencia de viajes precisa de profesional con experiencia en gestión de oficina para la apertura de una sucursal. Requisitos: experiencia, dotes comerciales, don de gentes y

sobre todo afán de superación y compromiso. C.V: es_viajes2524@carrefour.com.

■ **Samatravel.** Madrid. Se requiere comercial para mayorista de viajes a tiempo parcial. Requisitos: experiencia en el Sector Turístico, buena presencia, conocimiento de diversos destinos internacionales y cartera de clientes. C.V: info@samatravel.net.

■ **Offerum.** Barcelona. Se precisa agente de contratación hotelera. Sus funciones serán captar cuentas y optimizar y desarrollar su propia cartera de clientes. Requisitos: habilidades de comunicación y venta, experiencia comercializando servicios similares y cartera de clientes. C.V: rrrh@offerum.com.

■ **Viajes Eco.** Agencia de viajes. Madrid. Agencia busca personal con dominio del inglés y conocimientos de informática e Internet. Requisitos: conocimiento de otros idiomas, experiencia en el trato con el público y conocimientos avanzados de Amadeus. C.V: almudena.pimentel@viajeseco.com.

■ **Hotel Terramar.** Barcelona. Se necesita director comercial para el diseño, planificación, implementación y seguimiento de la estrategia de la empresa. Requisitos: conocimiento del producto y de la competencia y dos años de experiencia en puesto similar. C.V: franmarce@hotelterramar.com.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Venta 'online' de Almeida

↑ La página actual de Almeida Viajes ofrece al cliente final **información** y gestión de reservas de diferentes tipos de servicios turísticos, con procesos ajustados a cada tipo de producto, asignando automáticamente la agencia según el código postal del cliente.

↑ Es de **utilidad** para los clientes de las agencias de Almeida.

⇒ Solo permite **reservar** a los clientes de sus agencias.



<http://www.almeidaviajes.com>

Hoteles desde las agencias

↑ La nueva página de Barceló añade a la **información** y a la funcionalidad de gestión de reservas que ya ofrecía a clientes, agencias y empresas, diferentes formas de conexión con las web de sus afiliados, incluyendo ahora la gestión de todos los hoteles.

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

↑ Ofrece un área específica de **reservas** a las agencias de viajes.



<http://www.barcelo.com>

Vuelos desde China

↑ China Southern presenta una página en la que ofrece **información** y gestión de la compañía y sus vuelos, a la vez que permite, únicamente a clientes registrados, la reserva de vuelos, hoteles y 'paquetes', todo en el entorno de sus destinos.

↓ Su **utilidad** está limitada por su escasa presencia en Europa.

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



<http://www.flychinasouthern.com>

Transporte en Algeciras

⇒ Autocares Mansal presenta una web de propósito limitado en la que incluye una **información** muy general de la empresa, su flota y sus servicios discrecionales de transporte terrestre, aunque sin sus tarifas, para lo que ofrece un formulario de contacto.

↓ Es de poca **utilidad** por su escaso nivel de información.

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



<http://www.autocaresmansal.com>

Turismo en Flandes

↑ La Oficina de Turismo de Bélgica en España presenta un amplio conjunto de **información** sobre los temas de interés turístico en Bruselas y Flandes, aunque muy limitada en el área de servicios, ya que sólo ofrece la lista de hoteles.

↑ Por su información y sus enlaces, resulta de **utilidad**.

↓ La página no incluye ninguna gestión de **reservas**.



<http://www.flandes.net>

Eventos en Burgos

⇒ El 'Palacio de Congresos Y. Atapuerca' presenta una página de correcto diseño que ofrece una limitada **información** sobre sus espacios, los servicios que ofrece a los organizadores eventos y la relación de eventos de los últimos años.

↓ Es de poca **utilidad** por su reducido nivel de información.

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



<http://www.palaciocongresosatapuerca.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Bajas de agencias de viajes

✓ Resolución de 21 de octubre de 2011 de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística, dependiente de la Consejería de Turismo y Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, por la que se hace pública la cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía de las agencias AC Viajes y Viajes Ardas Tours.

✓ Anuncio del 25 de noviembre del año 2011 del cese de actividad ante la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de la Comunidad autónoma de Madrid de las agencias de viajes Egiptomanía Viajes y Torrepiesta Tours.

✓ Edicto del 2 de noviembre de 2011 sobre notificación de la resolución nº S-3784 de 20 de octubre de 2011, del consejero de Educación, Cultura y Turismo de la Comunidad autónoma de La Rioja, por la que se sanciona a la mercantil denominada Innovalia 09 de Logroño por presunta falta de comunicación de inicio de actividad como agencia de viajes.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Ya está en la calle la 'Guía Repsol 2012'

Se divide en cuatro ejemplares y tiene un tamaño más reducido

Repsol ha lanzado su nueva 'Guía Repsol 2012', que incluye cuatro ejemplares diferentes. La primera novedad que introduce la edición impresa, además de su menor tamaño, es la publicación de la 'Guía de Mapas de Carreteras de España y de Portugal' en un volumen independiente. La 'Guía de Turismo con los Mejores Restaurantes' ofrece información detallada e ilustrada de más de 1.000 destinos y de 2.000 restaurantes. Por otro lado, la 'Guía de Rutas con los Mejores Sabores' presenta 34 propuestas, dos por cada Comunidad autónoma. Todas estas novedades se suman en Internet a las publicadas desde el año 2009 en la 'Guía de Rutas de Denominación de Origen', que ofrece 136 recorridos avalados por la Real Academia Española de Gastronomía. En su apuesta por las nuevas tecnologías, la publicación acompaña a los viajeros 2.0 desde el año 2008 y ha logrado tener más de 80.000 seguidores que comparten sus rutas y sus experiencias en Facebook, Twitter, Flickr y Youtube. Además, a las aplicaciones para iPhone e iPad, que cuentan con más de 200.000 descargas, se



suma una nueva solución para smartphones de Nokia. El presidente de Repsol, Antonio Brufau, que ha mostrado su clara apuesta por este nuevo formato, destaca que "nuestra guía apoya a la gastronomía y al Turismo de calidad desde hace más de 30 años". Además, hace hincapié en que "es la primera y única guía de viajes que ha sido galardonada con la Placa al Mérito Turístico".

CURSOS

Dirigir una empresa turística

**Dirección de Empresas Turísticas
IE Business School**

IE Business School ha lanzado la primera edición del programa superior en Dirección de Empresas Turísticas. Esta nueva oferta formativa, con una duración de seis meses (del 2 de febrero al 14 de julio), combina periodos de formación presencial y online para facilitar la asistencia a los profesionales debido a la dispersión geográfica de los negocios turísticos. Entre los principales objetivos del curso la escuela de negocios destaca dotar a los alumnos de un sólido conocimiento de las técnicas más innovadoras de gestión empresarial aplicadas al Sector Turístico y profundizar en el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías. Aquellos profesionales interesados en impulsar su perfil directivo con las últimas herramientas en gestión empresarial y beneficiarse de la experiencia de destacados profesionales puedan ampliar la información en la siguiente página web: www.exced.ie.edu/psdet.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en enero de 2012

● Del 6 al 8 de enero de 2012, Daily Telegraph Holiday and Travel Show, Manchester, Reino Unido. La feria permitirá a las empresas turísticas del país, especialmente agencias de viajes, turoperadores y compañías aéreas, mostrar a los visitantes sus ofertas para el año 2012. El certamen también permite al público asistir a las ponencias de profesionales del Sector. Para más información sobre la feria de Manchester puede acceder a la web <http://holidayshows.com>.

● Del 12 al 15 de enero de 2012, Regiontour, Brno, República Checa. Este evento está dirigido a visitantes profesionales y empresas turísticas. La feria, que en su pasada edición congregó a más de 1.200 empresas de 28 países y recibió a cerca de 15.000 visitantes, cuenta en su programa con numerosas actividades paralelas, como por ejemplo seminarios, talleres y conferencias. Participarán en la misa agencias de viajes, turoperadores y oficinas de Turismo, entre otros. Para más información puede acceder a la web <http://www.bvv.cz/en/go-regiontour>.

N BOLSA DE TRABAJO
nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

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

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

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



SUBEN

▲ Luis Gallego



Iberia ha designado a Luis Gallego consejero delegado de su nueva filial, Iberia Express, que iniciará operaciones a finales de marzo del próximo año. Gallego ha desempeñado desde julio de 2009 el cargo de director de Producción de Vueling.

▲ Yvette Yeo



Transhotel ha nombrado a Yvette Yeo jefa de ventas para Asia y Pacífico. Asume su responsabilidad al frente de la actividad de la compañía bajo la coordinación de José Ignacio de Oca, quien subraya "el conocimiento profundo de los mercados asiáticos" de Yeo.

▲ David Díaz



Carlson Wagonlit Travel ha designado a su director de Business Support, David Díaz, como director de Traveler & Transaction Services (TTS). El presidente de CWT España, Marino Faccini, se jubilará en 2012 y Eduardo Rebello, director de TTS, le sustituirá.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Claudio Meffert	3
Entrevista / Alvaro Middelmann	4
Escaparate	6-14
Gestión	15
Mostrador	17-19
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluatnet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

12 al 18 de Diciembre de 2011



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Unos resultados mejores de lo esperado

La celebración en la segunda semana de diciembre de la fiesta de la Constitución y de la Inmaculada ha provocado una cierta reactivación de la demanda de viajes en las agencias españolas. Sin embargo, tal y como reconocen desde el propio Sector, aunque son mejores de lo esperado, los resultados obtenidos en las semanas previas "no son para tirar cohetes". Los bajos precios y las reservas de última hora siguen siendo la tónica predominante. Por destinos, se mantienen a la cabeza los cercanos, tanto dentro de la propia Península como Canarias, aunque también se han incrementado las reservas a grandes capitales europeos y a Estados Unidos y el Caribe.



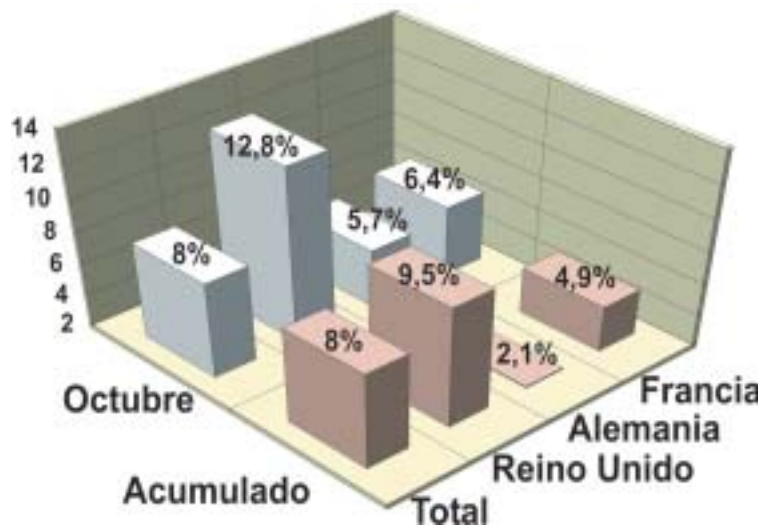
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

España recibe un 8% más de turistas

España sigue creciendo como destino turístico. En octubre han visitado el país más de cinco millones de turistas, lo que implica un crecimiento del 8%, variación que se repite en el acumulado. Los principales mercados emisores, a excepción de Portugal, contribuyen a esta notable mejora en el Receptivo. Por Comunidades de destino, Cataluña, Canarias y Baleares se mantienen a la cabeza concentrando más del 50% de las entradas.

Entrada de turistas en 2011



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

cede con Países Bajos, Suiza y Bélgica, los tres con crecimientos interanuales de dos dígitos.

Por Comunidades de destino, Cataluña se mantiene como la más concurrida, superando los 12 millones de viajeros, casi el 25% del total. Además, experimenta un avan-

ce del 4,9% respecto al mismo periodo del año anterior. Baleares, en segunda posición, ha sido visitada por 9,9 millones de extranjeros hasta octubre, un 10,1% más que en 2010, mientras que Canarias, con 8,3 millones, es la que más crece, con una variación del 19,2%.

España ha registrado un aumento del 8% en la entrada de turistas internacionales en los diez primeros meses del año, con 50,9 millones de visitantes, según la última encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), que elabora el Instituto de Estudios Turísticos, organismo dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Durante el mes de octubre han llegado al país 385.000 viajeros más que hace un año, lo que supone un incremento del 8% hasta los 5,2 millones de turistas.

Por mercados emisores destacan los crecimientos experimentados en octubre por las tres grandes potencias, Reino Unido, Alemania y Francia, con avances interanuales del 12,8%, 5,7% y 6,4%. A su vez, Cataluña, Canarias y Baleares son los destinos preferidos por los turistas en este mes, concentrando en su conjunto más del 50% de las entradas.

Recuperación de Reino Unido

En el acumulado se repiten los principales mercados emisores. Reino Unido, con 12,4 millones, crece un 9,5%, Alemania un 2,1% con 8,1 millones y Francia, con 7,6 millones, un 4,9%. Las Comunidades preferidas por los británicos son Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias, mientras que los alemanes viajan principalmente a Baleares y Cataluña.

De los diez países que más turistas emiten, solamente Portugal muestra una variación negativa en el periodo acumulado, siendo el punto de origen de un 4,6% menos de viajeros. Todo lo contrario su-

La cuarta plaza es para Andalucía, Comunidad autónoma que ha recibido 7,3 millones de viajeros, un 7% más que en 2010. La Comunidad Valenciana registra un incremento similar, rozando los cinco millones de turistas. De los seis principales destinos, solamente la Comunidad de Madrid no alcanza los niveles de 2010, concentrando 3,8 millones, un 0,7% menos que en los diez primeros meses del año anterior. El resto de regiones han recibido en su conjunto 4,3 millones de turistas internacionales, experimentando un avance del 3,9%.

Mayor uso del 'paquete'

De los casi 51 millones de turistas que han llegado a España en los diez primeros meses del año más del 30% (15,4 millones) lo han hecho contratando previamente un viaje organizado. Esta forma de organización ha crecido de forma constante a lo largo del año, registrando un incremento interanual del 11,6%. Por su parte, algo más de 35 millones han optado por otros modos de organización, lo que supone un aumento del 6,6%.

Según el tipo de alojamiento, evoluciona mejor el hotelero, elegido por más de 32 millones de personas en el periodo acumulado, un 9,6% más que hace un año. De los 18 millones de turistas que no se han alojado en hoteles (un 6,4% más), unos 10 millones se han decantado por la vivienda propia o de familiares o amigos, mientras que casi cinco millones han alquilado viviendas y unos tres millones han utilizado otro tipo de alojamientos.

**Expertos en
Calidad para la
Agencia de Viajes**

De Profesional a Profesional

Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones, directamente a Nexopublic 91 369 41 00

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Telemática y Comunicaciones.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

Nexopublic
CONSULTING

Lope de Vega, 13. 28013 Madrid. 91 369 41 00 Fax 91 369 18 39