



ISABEL  
BORREGO

### Crecimiento rápido

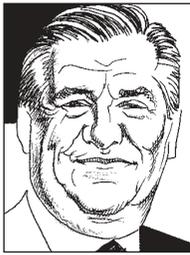
PÁG. 13 / El Plan Integral busca un crecimiento rápido y sostenido del Sector



ANTONIO  
VÁZQUEZ

### Huelgas por Iberia Express

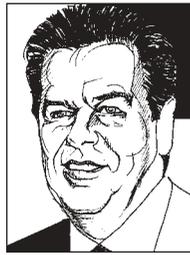
PÁG. 10 / Iberia demanda al Sepla por la nueva convocatoria de paros



SAM  
WEIHAGEN

### Un año difícil para T. Cook

PÁG. 12 / Thomas Cook confirma que este ejercicio será 'un año difícil'



PETER  
LONG

### Mejoría en las reservas

PÁG. 6 / TUI Travel detecta una mejoría en el ritmo de reservas para verano



JAVIER  
MORENO

### 20 años de Disneyland

PÁG. 12 / Disneyland Paris recibe 250 millones de visitantes en 20 años

## La Confederación de agencias cambia sus Estatutos y pasa a llamarse CEAV

Matilde Torres ha sido nombrada presidenta de honor a título póstumo

La última Asamblea de la Confederación de Agencias de Viajes ha servido para profundizar en la unidad. Además de la dimisión del vicepresidente ejecutivo,

José Manuel Maciñeiras, la Confederación cambia de nombre y nombra a Matilde Torres presidenta de honor a título póstumo, y socio de honor a Pedro Fernández.



Carlos López dirige Kuoni España.

### Para Kuoni las agencias son 'imprescindibles'

El director general de Kuoni España destaca que para vender el producto del turoperador la agencia es imprescindible. **Pág. 4**

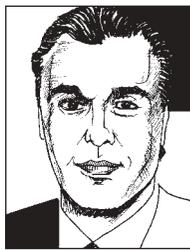
### Turismo: 30% menos en los Presupuestos

El Gobierno recortará cerca de un 30% el presupuesto para Turismo en 2012, que se destinará a mejorar la posición de España. **Pág. 17**

### Club NEXOTUR

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

Buscando "dar paso a directivos que aporten aire fresco", José Manuel Maciñeiras ha dimitido como vicepresidente ejecutivo en la última asamblea general de la Confederación Española de Agencias de Viajes. El encuentro también ha servido para cambiar la denominación de la Confederación, que se llamará Confederación Espa-



Rafael Gallego

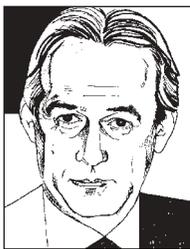
ñaola de Agencias de Viajes (CEAV), suprimiendo el término turoperadores. Según su presidente, Rafael Gallego, con ello nos hemos "adaptado a la legislación española, ya que la denominación de 'turoperador' no existe". Además, Matilde Torres ha sido designada presidenta de honor, a título póstumo. **Escaparate en pág. 10**

## UCAVE y ACAV inician el proceso de unificación

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) y la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (UCAVE) ya han comenzado su integración. Así, el 1 de enero de 2013 comenzará a operar una nueva Asociación, de la que todavía



Rafael Serra



Francisco Carnerero

no se conoce su nombre, y que busca "representar, defender y fomentar los intereses de sus miembros y del Sector". Todavía falta definir los aspectos técnicos en los que ya está trabajando un Comité Ejecutivo. **Escaparate en pág. 6**



El Sector estima que las ventas de Semana Santa han caído en un 20%.

## Las agencias independientes dan por 'enterrada' la Semana Santa

En el Foro NEXOTUR 'Coyuntura del Sector: Resultados de Semana Santa y Previsiones para la Temporada de Verano', antesala del Salón TurNexo Madrid, los representantes del Sector han destacado que las ventas de Semana Santa han caído más de un 20%, por lo que dan por "enterrado" esta temporada de ventas. **Escaparate en págs. 8 y 9**

## El volumen de facturación de Globalia crece un 4%

"La crisis financiera mundial, la pérdida de vigor de la actividad económica en nuestro país y la fuerte caída en la demanda de viajes" han afectado a Globalia Corporación, explica su presidente, Juan José Hidalgo. En el último ejercicio, como indica el Informe Anual 2011, ha pasado de ganar 17,4 millones de euros



Juan José Hidalgo

en 2010 a registrar una pérdida consolidada de un millón. Aún así, Hidalgo subraya que el grupo turístico "ha hecho gala de gran fortaleza y ha conseguido incrementar el importe neto de cifra de negocio consolidada un 3,7%", con unas ventas de 3.082 millones de euros. **Escaparate en pág. 5**



Hemos puesto el corazón en acercarte al mundo.

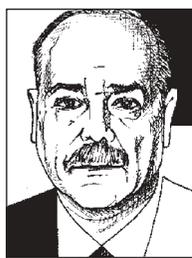
Ponemos a tu alcance más de 750 destinos en 150 países.



## ■ CLAVES

**Montañas de la Costa Dorada (I)**

**M**ONTAÑAS DE LA COSTA Dorada es una marca creada por el Consell Comarcal del Baix Camp para promocionar y potenciar el Turismo en este territorio situado en la provincia de Tarragona, al sur de Cataluña. La comarca del Baix Camp es un territorio fuertemente polarizado. Por un lado encontramos el litoral, con destinos turísticos tan conocidas y potentes como



☞ ANTÓN MARCA

Cambrils, l'Hospitalet de l'Infant o Miami Platja, donde el Turismo de 'sol y playa' tiene una fuerte incidencia y larga tradición. Y por otro lado, a muy pocos kilómetros, encontramos pequeños pueblos con un marcado carácter rural, pueblos que van ascendiendo hacia las montañas de Prades o Llaberia y que pueden llegar a situarse a más de 900 metros sobre el nivel del mar. Así pues, si en la línea litoral hay una gran densidad de población y turística, sobre todo entre primavera y finales de verano, en el interior nos encontramos con unos parajes con un gran potencial turístico desde un punto de vista natural, cultural y gastronómico pero, en su mayor parte, poco frecuentados por los turistas.

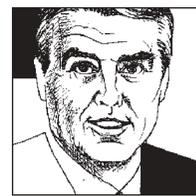
Ante esta situación y ante la inferioridad de posibilidades económicas y sociales de los pueblos de montaña y de interior de la comarca, desde el Consell Comarcal del Baix Camp se desarrolló un Plan de Fomento Turístico que tenía como objetivo dinamizar el territorio rural de la comarca, al que, con una clara voluntad de posicionamiento y de marca turística, se optó por denominar 'Montañas de la Costa Dorada', aprovechando una marca ya posicionada y de sobras conocida combinándola, a su vez, con la referencia a las montañas que evocan tranquilidad, naturaleza, ruralidad, ...

El Plan de Fomento pretendía crear y estructurar el producto turístico en una primera fase y promocionarlo, así como comunicarlo turísticamente. Todo esto dirigido a un visitante potencial con clara sensibilidad medioambiental y cultural, pero también dirigido a una parte de aquella gran masa de turistas establecidos en la costa que pudiesen verse atraídos por una oferta contemplada no tanto como alternativa si no como complemento a su destino.

☞ Antón Marca es presidente del Patronato de Turismo del Consell Comarcal del Baix Camp.

**Las agencias de este segmento nos hemos tenido que adaptar a las nuevas reglas de los clientes: debemos ser más rápidos, resolutivos y eficientes, ofrecer un mejor servicio y propuestas que se diferencien claramente del Turismo de masas', señala el director general de Atlantida Viatges**

## TRIBUNA



☞ FRANCESC ESCÀNEZ

**El Turismo de lujo**

**A**PESAR DE LA crisis que vivimos en nuestro país desde hace más de tres años, podemos afirmar que el Turismo de viajes de lujo, al igual que otros productos de lujo, ha sufrido una repercusión menor que otros segmentos de este mismo ámbito. Está claro que los momentos de esplendor que se vivieron durante los años 2006, 2007 y principios del 2008, ya no volverán, pues la situación ha cambiado, pero mantenemos un moderado optimismo respecto al Turismo, y a los viajes que podríamos definir como viajes de calidad, más que viajes de lujo.

Pero, si bien la difícil coyuntura económica ha afectado bastante menos a este segmento, también es cierto que los hábitos de consumo de viajes de lujo han variado un poco en los últimos tiempos, sobre todo durante los dos últimos años. Así, en este nuevo escenario constatamos que el cliente sabe mucho más que antes, se ha vuelto más exigente, pide, y casi diríamos que exige, más valor a su dinero, controla mucho más el gasto de los viajes y tiende a reservar sus viajes de vacaciones más a última hora, en comparación a antes de la crisis cuando éstos se solicitaban con bastantes meses de antelación. La excepción, sin embargo, son los viajes en familia en fechas muy señaladas, como pueden ser Semana Santa, o Navidades y Fin de Año, que evidentemente necesitan ser organizados con cierta antelación para asegurar la disponibilidad de los servicios deseados para todos los integrantes del grupo, tanto a nivel de vuelos como a nivel de hoteles.

Una segunda tendencia que ha ganado fuerza en los últimos años, en el segmento de viajes de lujo, son los destinos cuyo atractivo principal se base en el entorno natural y el respeto al medio ambiente. Es decir, el Turismo ecológico, también llamado ecoturismo, se denomina a las actividades que siendo turísticas se definen en la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio, tanto natural como cultural, con el máximo respeto al Medio Ambiente. Generalmente, el Turismo ecológico está movido por una ética que comparten los viajeros y practicantes del ecoTurismo.

Por nuestra parte, las agencias de viajes que nos dedicamos a este ex-

clusivo segmento también nos hemos tenido que adaptar a estas nuevas reglas de juego que nos han marcado los clientes: debemos ser más rápidos, resolutivos y eficientes, debemos ofrecer un valor añadido, un mejor servicio y propuestas más al-



ternativas, que se diferencien claramente del Turismo de masas.

También la mayoría de proveedores y hoteles de lujo han hecho un esfuerzo por adaptarse a las nuevas tendencias y lanzan novedosas propuestas como promociones especiales de temporada, pernoctaciones gratuitas, desayunos y cenas por cortesía de la casa, tratamientos de spa sin recargo adicional, traslados incluidos desde el aeropuerto hasta el hotel, etc. Es decir, procuran que los clientes disfruten de más valores añadidos por el mismo precio.

**Evolución mundial**

Respecto a la evolución del sector a nivel mundial, los datos indican que el Turismo de lujo está creciendo, no solo en España sino también en otros países como Ucrania, México, Corea del Sur, Canadá o Sudáfrica, por poner algunos ejemplos, en los que gana peso una clase alta con un nivel de ingresos importantes y que gusta de poder disfrutar de lugares paradisíacos, exclusivos, y diferentes. A éstos se suman los famosos BRIC (Brasil, Rusia, India y China), que en los últimos años no han parado de incrementar el número de personas

que viajan por todo el mundo. Según el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, Taleb Rifai, estos países son los mercados del futuro. En el año pasado el gasto turístico total realizado por los turistas chinos en sus

viajes al extranjero creció un 30% durante los primeros ocho meses del año 2011, frente al +21% de los rusos, el +44% de los brasileños y el +33% de los viajeros indios. Es más, TurEspaña lanzó el Plan Turismo China, donde se recogen varias estrategias para alcanzar el millón de turistas chinos lo antes posible. Una de las líneas de actuación previstas en el plan es la adaptación de la oferta turística española a la demanda china.

No podemos olvidar también la República Argentina que está considerada una de las cinco economías emergentes en Turismo, según una encuesta difundida en el World Travel Market (WTM) 2011, que también posicionó a Sri Lanka, Indonesia, Malasia y México bajo la sigla SLIMMA, al tomar la inicial de cada uno de estos países.

Este aumento de la demanda global se refleja claramente en el hecho de que determinados hoteles de categoría de lujo, suelen estar completos gran parte del año, con un gran nivel de ocupación diaria, y también se ve reflejada esta situación en el hecho de que pueden surgir dificultades a la hora de reservar asientos en Primera Clase y Clase Business de las compañías aéreas de prestigio, y aunque sue-

no paradójico sea más complicado que conseguir plazas en clase turista, a pesar de la mayor cantidad de plazas en los aviones en esta clase. Otra prueba del crecimiento que está experimentando el segmento de los viajes de lujo es el reguero de inauguraciones de nuevos hoteles de cinco estrellas que se ha producido a lo largo del 2011 en todo el mundo y que tiene visos de continuar este mismo año, así como los proyectos ya iniciados para los años 2013 y 2014.

En nuestro país son varios los actores que han intentado e intentan introducirse en el ámbito de los viajes de lujo a raíz del crecimiento que está experimentando el sector, pero la realidad demuestra que hacerse un hueco en este segmento no resulta tan fácil como pueda parecer. No se trata solo de saber venderse bien, de hacer un folleto o una web de viajes más o menos vistosa; se requiere de colaboradores muy especializados que conozcan a la perfección los destinos, que mantengan una muy buena relación con los proveedores, que ofrezcan al cliente todas las garantías y la seguridad que demanda y que, ante todo, sepan captar lo que cada viajero busca, que a menudo no es lo más caro sino algo diferente. Y es que la experiencia demuestra que no siempre lo más caro es lo mejor, y que normalmente lo que el cliente busca es exclusividad, privacidad, novedad, momentos mágicos, lugares idílicos y exóticos; en definitiva, experiencias que no tienen por qué ser sinónimo de precio elevado.

Para terminar, vale la pena recalcar una vez más que, a pesar de poder resultar un mercado muy apetecible, no todo el mundo está preparado para dedicarse al segmento de los viajes de lujo, pues requiere de un elevado nivel de auto exigencia y el margen de error es nulo. Los profesionales que nos dedicamos a ello debemos estar pendientes de nuestros clientes las 24 horas, los 7 días de la semana para asegurarnos de que su viaje se desarrolla según lo previsto y, en caso de surgir contratiempos, poder solucionar cualquier posible incidencia al instante. Pero, a pesar de las exigencias, éste es un trabajo apasionante, que nos presenta diariamente nuevos retos que debemos superar, muy dinámico, que va muy rápido, y que creemos que tiene un futuro prometedor.

☞ Francesc Escànez es director general de Atlantida Viatges.

**El aumento de la demanda se refleja en el hecho de que algunos hoteles de lujo están completos gran parte del año**

**A pesar de poder resultar un mercado muy apetecible, no todo el mundo está preparado**

# 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: M-8043-2012 / Impreso en España  
ISSN (Internacional Standard Serial Number): 1139-5966  
Tirada de este Número: 7.500 ejempl ares (distribuidos)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## ¿Adiós a la Semana Santa?

LA SEMANA SANTA (CASI) HA DESAPARECIDO. Esta es la primera —y amarga— conclusión alcanzada por una amplia representación sectorial, en el último Foro NEXOTUR, celebrado a puerta cerrada el martes 10 de abril, en el 25º Salón TurNexoMadrid.

Lejos del catastrofismo imperante (y, más aún, de todo amarillismo informativo) el foro convocado por este periódico, permite conocer de primera mano la situación real que atraviesa la coyuntura sectorial.

La gravedad de la caída en las ventas para Semana Santa (estimada en el 20%) se acentúa por la obligada comparación con 2011, que ya fue particularmente floja. De hecho, la venta de los *paquetes* para la Semana Santa iba bien a principios de año, pero ésta se limitó a enero y febrero, dando

paso a una persistente atonía en los meses de marzo y abril. La explicación hay que buscarla en la incertidumbre que atenaza al consumo en España, agravada tanto por el creciente desempleo como por la catarata de recortes presupuestarios, con el riesgo de insolvencia (y de intervención) que pende sobre España, y casi todo el sector financiero.

Tampoco ayudan a animar la venta los altos precios de los *paquetes*, ni la reducción de programaciones en el mercado. En un 40% se estima el tizeretazo a las operaciones especiales aérea programadas para esta Semana Santa. Atrás quedan los tiempos en que los turoperadores competían por tamaño, *tirando precios* para atraer más clientes. Un cáncer que devoró la rentabilidad de los proveedores (mayoristas y transportistas) y, al reducir el precio medio, cedió al cliente parte del margen del agente de viajes.

El fin de una guerra comercial, que hasta sus artífices consideraban suicida, ha llevado a los principales grupos mayoristas a ver reducida su facturación esta Semana Santa en hasta el 30%. Una brutal caída que, sin embargo, se compensa por una mayor rentabilidad.

Sin embargo, sería un grave error generalizar. No todo ha ido mal. Larga distancia y cruceros siguen creciendo. Medias distancias y capitales europeas mantienen el tipo. Pero, eso sí, tanto estancias en costa ('sol y playa') como en el interior (Turismo rural y urbano) han sido sustituidas por desplazamientos a segundas residencias, y salvan la ocupación solo gracias al receptivo. En suma, el español medio (representado por aquel *Curro*, del célebre anuncio de Air Europa), ya no se va al Caribe, y vuelve a irse al pueblo para pasar austeras vacaciones en familia. En contraste con la penuria del vacacional, y pese a que la dureza de la crisis afecta a las empresas, el viaje corporativo va a más por el tirón de grandes corporaciones españolas, que ganan fuera lo que pierden aquí. Al igual que, mientras las agencias independientes son las más afectadas, las *online* siguen creciendo (aunque a ritmo mucho menor), al igual que las grandes redes.

Todo un caleidoscopio que explica por qué algunos agentes no se pueden quejar, mientras otros sufren la peor coyuntura de su historia. Una situación que este periódico analiza, desde el rigor y la ponderación, en respuesta a la demanda de información de sus lectores. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**La coyuntura sectorial es objeto de Foros NEXOTUR con una amplia presencia de agencias independientes para analizar la evolución de las ventas en la Semana Santa, y las previsiones de la temporada de verano**

## ▲ check-in / UNIÓN SECTORIAL

### CEAVyT es ahora CEAV

La cúpula asociativa del Sector cambia de nombre. CEAVyT (siglas de la Confederación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores) pasa a denominarse CEAV (Confederación Española de Agencias de Viajes). Una simplificación que tiene que ver con la conveniencia de contar con una marca más reconocible y fácil de identificar. Lo cual es sin duda un acierto. Aunque asimila fonéticamente la nueva CEAV a CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos), lo que tal vez pudiera dar lugar a confusiones mediáticas.

La exclusión del término "turoperadores" de la renovada CEAV tiene un doble motivo: legal y conceptual. Legal, porque en España los turoperadores son "agencias mayoristas de viajes", según la legislación vigente. Y conceptual, porque las mayoristas puras son proveedores de las agencias minoristas.

Aunque en los últimos años las mayoristas puras (o turoperadores emisores) han modificado su forma jurídica, cambiando sus licencias de agencias mayoristas por otras como agencias mayoristas-minoristas. Un revelador dato que habla a las claras de que su vocación (y su estrategia) no sólo pasa por fabricar, sino por distribuir viajes organizados, mediante la venta directa, ya sea a través de sus propias redes minoristas o multisoporte.

Sea como fuere, CEAV depura su imagen y afina su estructura (con cambios como el pase a vocal del vicepresidente ejecutivo, José M. Maciñeiras) y funcionamiento, para hacer realidad un *lobby* eficaz, tan ligero como dinámico, al servicio de los legítimos intereses de los agentes de viajes españoles.

## ★ personaje de la semana / Luis Gallego

El director general de Iberia Express, la nueva filial de Iberia, tiene el objetivo de consolidar una compañía ágil y competitiva, que añada valor a la red de su aerolínea matriz, poniendo de manifiesto que no es un transportista *low cost*,



sino una compañía regular con costes controlados que permitan ofrecer tarifas más asequibles. Un modelo imprescindible ante la falta de rentabilidad del doméstico, que se enfrenta a una dificultad adicional: las huelgas del Sepla.

## ★ la chispa / Quique



## ▼ check-out / GOOGLE

### De facilitador a competidor

La catarata de denuncias a Google ante los órganos de Competencia por parte de agencias *online*, a raíz de su agresiva incursión en la venta de servicios turísticos a través de metabuscadores (comparadores de oferta) en segmentos tan importantes del comercio electrónico como el transporte aéreo, pone de manifiesto que quien se presentó como un facilitador, se ha convertido en el peor competidor.

Google puso a competir tanto a agencias *online* como a transportistas, hoteleros, destinos y demás proveedores, para lograr el mejor posicionamiento en los primeros lugares de la primera página del gran buscador (que es la que ven la mayoría de usuarios). Y, una vez creada la demanda, quiere quedarse con el negocio, como si de un caballo de Troya se tratase.

El peligro de depositar en la tecnología parte de la comercialización turística (en especial aquella que se basa sólo en el precio), es que este pastel siempre acabará en manos de quien tenga la mejor tecnología y un acceso privilegiado a los clientes. Y ese nuevo actor no es otro que el imperio Google.

Así, quienes han financiado al macro buscador con inversiones directas en publicidad (las cuales le han supuesto una multimillonaria inyección de dinero en vena) o han generado la demanda al poner sus productos y servicios en la Red de la manera más eficiente (como intermediarios o para potenciar la venta directa), se encuentran con que quien se ofreció como canal y se postuló como facilitador es, en realidad, un competidor oligopólico, que usa sus reglas de posicionamiento en beneficio propio, traicionando a quienes aseguró venía a servir.

La venta de viajes de larga distancia también se ha visto marcada por la crisis / Hemos iniciado el año mejor de lo previsto y con muy buenas expectativas / Si quisiéramos iniciar una estrategia de venta directa no lo haríamos con solo cuatro tiendas / La fiabilidad de la marca Kuoni ha hecho que recuperemos clientes que han tenido malas experiencias

## «Para vender el producto Kuoni es imprescindible la agencia de viajes»

Carlos López / Director general de Kuoni España

A pesar de la incidencia de la crisis económica en el consumo, Kuoni mantiene su línea ascendente en el mercado español. Su director general, Carlos López, explica la estrategia comercial del turoperador de grandes viajes, además de abordar su relación comercial con las agencias de viajes del país.

**P.- ¿Con qué cuota de mercado en el negocio de los grandes viajes cuentan actualmente en España?**

**R.-** Es difícil de saber porque ahora todas las empresas hacen de todo. Pero sí estimo que estamos entre los tres principales turoperadores.

**P.- ¿El segmento de grandes viajes se ha visto menos afectado por la crisis económica?**

**R.-** Evidentemente también se ha visto marcado por la coyuntura adversa. Lo que ha sucedido es que ahora, por razones económicas, los clientes de clase media-alta que demandaban este tipo de viajes ya no lo hacen con tanta asiduidad.

**P.- ¿Cómo han iniciado el presente ejercicio Kuoni?**

**R.-** Mejor de lo previsto y con muy buenas expectativas. La fiabilidad de la marca Kuoni ha hecho que recuperemos clientes que han tenido malas experiencias recientemente.

**P.- ¿Qué previsiones tiene para la temporada de verano?**

**R.-** El consumidor español suele reservar con menos antelación que el europeo. No obstante, este año sí parece que se está produciendo un mayor anticipo a la hora de realizar las reservas veraniegas. Si bien hay que esperar que siga la tendencia.

**P.- ¿Funciona la venta anticipada?**

**R.-** Mal. En realidad, en la mayoría de casos se trata de descuentos encubiertos, disfrazados como venta anticipada. Además, con el objetivo de cerrar la venta, cada vez se cumple menos por parte del operador el plazo de 60 días de antelación de la fecha de viaje como regla para aplicar el descuento. Es más, conozco casos en los que la oferta de venta anticipada se ha llegado a aplicar con tan solo una semana de antelación a la fecha de salida.

**P.- Kuoni ya cuenta con cuatro tiendas a pie de calle en España. ¿Están dando sus frutos?**

**R.-** A nivel de conocimiento de nuestra marca sin lugar a dudas. En cuanto a las ventas, todavía hay que esperar un tiempo, dada la coyuntura económica. Sin embargo, nosotros ya sabíamos que iba a suceder esto y siempre hemos defendido que nuestro gran objetivo es fomentar el conocimiento de la marca Kuoni entre el público nacional.

**P.- ¿Prevén nuevas aperturas?**

**R.-** En estos momentos aún no tenemos nada concretado.

**P.- ¿Las agencias han entendido que Kuoni en ningún caso quiere lanzarse a la venta directa?**

**R.-** Si quisiéramos lanzarnos a una estrategia de venta directa no lo haríamos con cuatro tiendas, lo haríamos con muchas más.

Algunos competidores nuestros tienen en torno a 1.000 oficinas, por lo que no creo que el problema de las agencias de viajes sean las cuatro tiendas de Kuoni. Asimismo, a nuestras principales agencias clientes les

hemos explicado la filosofía de nuestra empresa y los objetivos que perseguimos con esta iniciativa. También es importante recordar que Kuoni tiene una minorista en Madrid desde el año 1974, por lo que pasar de una oficina a cuatro en 38 años no me parece una estrategia muy agresiva.

**P.- ¿Descartan completamente iniciar la venta directa online?**

**R.-** ¿Cómo podríamos vender un viaje de larga distancia hecho a la medida y segmentando el tipo de cliente vía web? Aún no se han inventado los consultores de viajes cibernéticos.

**P.- ¿Qué le parece que otros turoperadores sí estén vendiendo en Internet?**

**R.-** Me parece bien. Pero no se trata de productos como los nuestros. Son 'paquetes' turísticos cerrados sin posibilidad de mucha variación.

**P.- ¿Es imprescindible el asesoramiento de las agencias para la venta del producto Kuoni?**

**R.-** Nuestra relación con las agencias de viajes es mejor que hace algunos años, según un estudio de mercado reciente. Hemos reorganizado el equipo comercial por cuentas cliente y no por zonas geográficas, lo que ha redundado en un contacto más fluido con los agentes. Además, apostamos mucho por



**R.-** Totalmente. Es más, aquellas agencias que apuestan por Kuoni de manera clara reciben formación específica y personalizada. Las que han probado están encantadas y lo notan en sus ventas de productos de larga distancia, uno de los más rentables hoy en día.

**P.- ¿Cómo describiría la relación actual de Kuoni con las agencias de viajes españolas?**

**R.-** Nuestra relación con las agencias de viajes es mejor que hace algunos años, según un estudio de mercado reciente. Hemos reorganizado el equipo comercial por cuen-

tas cliente y no por zonas geográficas, lo que ha redundado en un contacto más fluido con los agentes de viajes. Además, apostamos mucho por las agencias independientes y la herramienta Kuoniagencias.es ha ayudado a potenciar nuestra presencia en este mercado.

También tenemos nuevos comerciales en el norte de España y en Andalucía, aumentando así nuestra cobertura. Asimismo, próximamente abriremos un departamento de reservas en Barcelona solo para las agencias catalanas y zona de influencia. A mi juicio ningún

turoperador está ampliando de manera tan importante tanto la cobertura a nivel comercial, como el número de personas al servicio de las agencias de viajes en los bookings.

**P.- ¿Alguna novedad para 2012?**

**R.-** A nivel de destinos abarcamos prácticamente todo el mundo. Podemos hacer viajes a medida según las exigencias de nuestros clientes, las agencias de viajes, con disponibilidad y precios reales. Una vez más garantizamos el cambio de moneda sin que haya sustos de última hora para las agencias y sus clientes con las fluctuaciones de las divisas, y este año incorporamos en nuestros folletos una segmentación de los viajes por tipología del cliente. No es lo mismo un viaje en pareja, que uno con niños o con amigos. Por ello, hemos decidido buscar destinos, hoteles y actividades adaptados a cada tipo de cliente, plasmándolo en los folletos.

En lo que respecta a los precios, abarcamos todo el rango, ofreciendo en determinados destinos el mejor precio (o el más barato) y el más costoso, siempre con la garantía de Kuoni, sea cual sea la elección. Con esta estrategia intentamos captar a clientes de todas clases, independientemente de su poder adquisitivo.

**P.- ¿Cuáles son los destinos más demandados por los consumidores españoles de Kuoni?**

**R.-** En este ejercicio parece que se mantiene la demanda de destinos como Estados Unidos, Tailandia y China. Además, cada vez hay más solicitudes de viajes combinados de estos destinos con países limítrofes. También Maldivas continúa bien posicionada.

**P.- ¿Cómo ha afectado la crisis al consumidor de grandes viajes?**

**R.-** La clase media o media-alta que antes consumía este tipo de viajes ahora ya no lo hace. También estamos sufriendo una gran guerra de precios y descuentos en el mercado que solo beneficia al consumidor final, pero no al turoperador ni a la agencia de viajes.

**P.- Kuoni España ha simplificado sus catálogos, distribuyendo uno en el que incluyen la gran mayoría de sus productos y unos pocos monográficos que envían únicamente a las agencias especializadas en determinados destinos. ¿Qué persiguen con esta estrategia?**

**R.-** Entendemos que a nuestras agencias clientes les es más cómodo a diferencia de los consumidores un folleto generalista a multitud de monográficos. El gran número de folletos provoca que las agencias no tengan espacio para exponer todos. Lógicamente a aquellas agencias preferentes de Kuoni como a aquellas otras especializadas en determinados destinos les proporcionamos folletos monográficos, para hacer ver al cliente que están especializadas en determinados destinos. Las agencias seleccionadas parten con esta ventaja respecto al resto.

*La apertura de tiendas ha dado sus frutos a nivel de conocimiento de la marca entre los consumidores*

*En 2012 parece que se mantiene la demanda de destinos como Estados Unidos, Tailandia y China*

## Nuestra relación con las agencias ha mejorado

Nuestra relación con las agencias de viajes es mejor que hace algunos años, según un estudio de mercado reciente. Hemos reorganizado el equipo comercial por cuentas cliente y no por zonas geográficas, lo que ha redundado en un contacto más fluido con los agentes. Además, apostamos mucho por

las agencias de viajes independientes y nuestra web ha ayudado a potenciar nuestra presencia en este mercado.

También tenemos nuevos comerciales en el norte de España y en Andalucía, aumentando así nuestra cobertura. Asimismo, próximamente abriremos un departamento de reservas en Barcelona solo para las agencias catalanas y zona de influencia. A mi juicio ningún turoperador está ampliando de manera tan importante



↳ CARLOS LÓPEZ

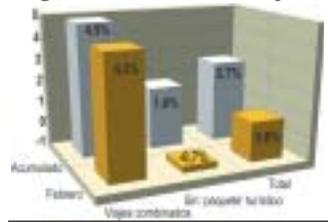
tanto la cobertura a nivel comercial, como el número de personas al servicio de las agencias en los bookings. Es más, creo que está sucediendo lo contrario, reduciendo equipos y delegaciones. Nosotros, en cambio, aumentamos la inversión en tiempos de crisis, lo que viene a demostrar nuestra apuesta por el canal de agencias de viajes.

# escaparate

## El uso del 'paquete' crece un 4% en el mes de febrero

Un total de 2,8 millones de turistas han visitado España en febrero, lo que supone un tímido incremento del 0,8%. Pese a este estancamiento, el número de viajeros con 'paquete' registra un avance del 4,3%. **Pag. 32**

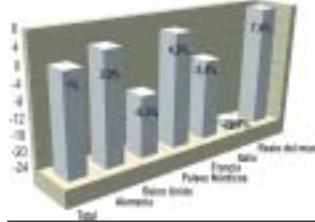
Llegada de turistas extranjeros



## El gasto de los turistas aumenta cerca de un 5%

El gasto de los turistas internacionales ha alcanzado en los dos primeros meses del año un total de 5.401 millones de euros, lo que supone una mejora del 4,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. **Pag. 6**

Gasto turístico en febrero



## Los españoles realizan más de 21 millones de viajes

Los turistas españoles han arrancado el año viajando un 4,2% más que en 2011, hasta alcanzar un total de 21,5 millones de desplazamientos en los dos primeros meses del año, según los datos del IET. **Pag. 15**

## ■ Prontuario

### Playa o montaña... ¿hay más? (y II)

**E**L TURISMO TEMÁTICO debe ser sinónimo de calidad. Cuando así es, supone una oportunidad espléndida porque la diversificación turística conlleva también la diversificación económica. Es un Turismo que depende de la buena imagen del patrimonio tanto cultural como natural, por lo que está implicado con su mejora. Permite el posicionamiento a destinos con una vocación específica a la cual se asocia una imagen que constituye su identidad. Si además atrae inversiones, constituye una fuente de ingresos adicionales, amplía la oferta de servicios, crea empleo, etc.



⇨ JAVIER SÁNCHEZ GARCÍA

¿Por qué seguimos sin potenciar las rutas turística temáticas? Diría más: las rutas pueden sufrir cierto desprestigio ¡incluso antes de haber disfrutado de todo su potencial! Es una oferta fragmentada, descoordinada, apenas promocionada y que no se termina de considerar en su justa medida.

El concepto de ruta como viaje relativamente corto en el espacio y en el tiempo es un pretexto, un hilo conductor para una visita ordenada que conforma una propuesta. Por tanto son una oportunidad económica, siempre y cuando sean capaces de atraer visitantes con una adecuada dinamización. Sin embargo, muchas de las iniciativas flaquean justo aquí. Han realizado un enorme esfuerzo previo que no alcanza a recoger los frutos porque no terminan de establecer los mecanismos de gestión adecuados.

Esta necesidad de estructurar la oferta en el Turismo temático es ineludible. Toca tomarse en serio una oportunidad para ofrecer un Turismo de calidad y que cree puestos de trabajo. ¡No están los tiempos como para dejarlas pasar!

⇨ Javier Sánchez García es portavoz de Turinea.

# Globalia alcanza un volumen de negocio de 3.028 millones en 2011, casi un 4% más que en 2010

Hidalgo: 'Si 2011 ha sido un año difícil, todos los indicadores apuntan a que 2012 puede ser incluso peor'

El "fuerte impacto negativo" de la división hotelera y de Air Europa ha mermado los resultados de Globalia. El grupo turístico concluyó 2011 con

una facturación de 3.028 millones de euros, un 3,7% más que 2010. No obstante, ha pasado de ganar 17,4 millones en 2010 a registrar una pér-

dida consolidada de un millón. La división minorista, la que más peso tiene, es una de las que mejor evoluciona, con un crecimiento del 4,4%.

"La crisis financiera mundial, la pérdida de vigor de la actividad económica en nuestro país y la fuerte caída en la demanda de viajes en este mercado" han afectado a Globalia, reconoce su presidente, Juan José Hidalgo, en la presentación del Informe Anual 2011. Pese a ello, el grupo turístico, que se mantiene como líder del mercado español, "ha hecho gala de su gran fortaleza y ha conseguido incrementar el importe neto de cifra de negocio consolidada un 3,7%", alcanzando los 3.082 millones de euros, destaca.

Este crecimiento en su facturación no se corresponde con la evolución de sus beneficios. Según dicho documento, Globalia ha registrado una pérdida consolidada de un millón de euros, frente a los 17,4 millones de euros de beneficios del ejercicio anterior. Desde el grupo turístico explican que tanto la división aérea como la hotelera han tenido un "fuerte impacto negativo en estos resultados".

De cara a 2012, Hidalgo reconoce que "si 2011 ha sido un año difícil, todos los indicadores apuntan a que el presente año puede ser incluso peor". En este sentido, advierte de que "en un entorno de recesión económica y con los dos factores incontrolables del transporte aéreo (precio del combustible y cambio de dólar a euro) en una senda imprevisible, es evidente que hay que tomar medidas". "Aplicaremos medidas correctoras que enjuen el previsible resultado negativo de la compañía aérea y que nos permiten acabar el año en positivo".

### Mejora la división minorista

Por áreas de negocio, Air Europa es la que peor evoluciona, con unas pérdidas de 13 millones de euros, pese a haber aumentado en un 2% sus horas de vuelo, hasta los 68.863 millones. Al respecto, el presidente de Globalia apunta que "el



El conflicto con los pilotos ha afectado a Air Europa, que pierde más de 13 millones de euros durante 2011.

conflicto con los pilotos y la huelga que han llevado a cabo durante cuatro meses han contribuido a agravar aún más su situación". La división aérea es la segunda con más peso en la facturación global

del grupo turístico, con un total de 1.137,9 millones de euros.

La división minorista, que encabezan Halcón Viajes y Viajes Ecuador, se mantiene como la más importante por volumen de negocio. Así,

## 'Es evidente que debemos tomar medidas correctoras'

"Globalia ha desarrollado su actividad durante 2011 en un contexto adverso, caracterizado por la crisis financiera mundial, la pérdida de vigor de la actividad económica en nuestro país y la fuerte caída en la demanda de viajes en este mercado", señala su presidente. A pesar de ello, resalta que "el grupo ha hecho gala de su gran fortaleza y ha conseguido incrementar el importe neto de la cifra de negocios consolidada un 3,7%". De cara a 2012, Hidalgo reconoce que "si 2011 ha sido un año difícil, todos los indicadores apuntan a que el presente año puede ser incluso peor". En este



Juan José Hidalgo

sentido, advierte de que "en un entorno de recesión económica y con los dos factores incontrolables del transporte aéreo (precio del combustible y cambio de dólar a euro) en una senda imprevisible, es evidente que hay que tomar medi-

das". "Aplicaremos medidas correctoras que enjuen el previsible resultado negativo de la compañía aérea y que nos permiten acabar el año en positivo", indica, reconociendo que "ya hemos empezado a tomarlas, seguros de que resistiremos la crisis y saldremos de ella reforzados como corresponde al primer grupo turístico español".

ha concluido 2011 con 1.374 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,4%, frente a los 1.316 millones de hace un año. Hidalgo indica que "han incrementado su participación en el mercado a través del aumento del número de franquicias".

Con 340 millones de euros de ventas consolidadas (un 16,9% menos que en 2010), Travelplan "continúa con su contribución al beneficio consolidado, así como con afianzamiento de su gama de productos y su mayor presencia en los mercados", asegura Hidalgo. Asimismo, el turoperador alcanza unas ventas totales (tanto al exterior como al resto de empresas del grupo) de 650 millones de euros, frente a los 735 millones del ejercicio anterior.

En lo que respecta al negocio hotelero, el presidente señala que "Be Live Hotels ha realizado un proceso de reestructuración, una vez alcanzado un acuerdo con el Grupo Oasis, gestionando el cierre de 22 establecimientos". El volumen de ventas de esta división presenta un fuerte retroceso del 45%, pasando de 146,1 millones de euros en 2010 a 79,8 millones en 2011. Finalmente, los servicios de handling del grupo turístico han cerrado el año con 124,5 millones de euros, frente a los 121,9 millones del año anterior.

## CEAV pide cautela ante la situación de Aerosur

CEAV ha enviado un comunicado a las agencias de viajes recomendando que "no procedan a la emisión de billetes de Aerosur". La Confederación advierte de que la aerolínea boliviana, con gran peso en el tráfico étnico, está procediendo a la cancelación de diversos vuelos, así como a la alteración en su operativa, lo que hace intuir un posible cese de operaciones.

## Normalidad en la red de AENA en la huelga general

La huelga del 29 de marzo transcurrió con normalidad en los servicios aéreos y de ferrocarril. En lo que respecta a AENA, de las 3.424 operaciones programadas, casi el 50% estaban protegidas. Por su parte, en el transporte ferroviario se cumplieron los servicios. En cuanto al sector hotelero, según CEHAT el seguimiento fue mínimo, con un 0,44% de los trabajadores.

## Excelente acogida de las 16º Jornadas de Formatik

Las 16º Jornadas Profesionales del Turismo de Formatik han sido un éxito de convocatoria "como era de esperar", destacan desde el centro de estudios superiores, profesionales y universitarios. "Dada la calidad de los ponentes, lo oportuno del contenido y el marco en el que se celebraron, cumplieron con creces las expectativas generadas por todos los asistentes", detallan.

## Apuesta sostenible del Palacio de Valencia

Desde su inauguración en 1998, el Palacio de Congresos de Valencia ha demostrado su compromiso con el medioambiente creando un Plan Global de Sostenibilidad que le ha llevado a la implantación de medidas que reducen al mínimo el impacto de sus actividades. Entre ellas está la instalación de una cubierta fotovoltaica que ha superado la barrera de 1.000.000 kWh generados.

## TUI Travel detecta una mejoría para el verano

"Estamos muy contentos con el rendimiento de las ventas este invierno", ha señalado el director general de TUI Travel, Peter Long. "Especialmente en Reino Unido, donde nuestra apuesta por los productos diferenciados y la distribución online



Peter Long

negocio ha mejorado en todos los mercados clave para el grupo turístico. Así, en Reino Unido se ha realizado ya el 63% de las reservas, siete puntos porcentuales más que en 2011, y en los países nórdicos el 78%, cinco puntos más. Respecto a los destinos, TUI Travel ha observado que la demanda de Norte de África continúa siendo débil, particularmente en Francia.

han favorecido la evolución positiva del mercado", matiza en la presentación de las tendencias provisionales del primer semestre de su ejercicio actual, que finalizó el pasado 31 de marzo.

Así, desde la división minoristas del grupo TUI se destaca que, en general, las ventas se han mantenido en línea con sus expectativas iniciales. De hecho, subrayan que en el caso de las realizadas en Reino Unido, esta temporada de invierno se han superado las expectativas por la fuerte demanda de reservas de última hora, entre otros factores. Además, de cara a la temporada de verano, se ha detectado que el volumen de

destinos, TUI Travel ha observado que la demanda de Norte de África continúa siendo débil, particularmente en Francia. Así, el directivo ha manifestado que "estamos muy contentos con la evolución de las reservas y los precios en el Reino Unido, donde seguimos superando la media de ventas del mercado, datos en los que ha influido fuertemente las ventas online". "Además, nuestro plan de mejora está progresando según lo planeado, por lo que seguimos confiando en que estas medidas, junto con nuestra estrategia, nos ayudará a superar el desafío entorno macroeconómico actual", finaliza.

## UCAVE y ACAV ratifican su integración para 'defender' a las agencias catalanas

La unificación de las Asociaciones será una realidad el 1 de enero de 2013

ACAV y UCAVE se unen en una única Asociación con el objetivo de "representar, defender y fomentar los intereses de sus miembros y del Sector de las agen-

cias de viaje". Así, tras el visto bueno de sus asambleas, se inicia un proceso que culminará con la puesta en marcha del proyecto el 1 de enero de 2013.

Un lustro después del último intento, la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) y la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (UCAVE) se unifican en una sola. Las asambleas de ambas Organizaciones han ratificado el documento con los aspectos básicos y formales del proyecto que ya se había elaborado, y que les llevará a integrarse a partir del 1 de enero de 2013.

El siguiente paso será iniciar el proceso de unificación a lo largo de 2012. Así, durante este tiempo un Comité Ejecutivo de ACAV y UCAVE acabarán de determinar los aspectos técnicos de su fusión. En el primer trimestre de 2012 se celebrarán elecciones para la nueva junta directiva de la Asociación, que todavía no tiene un nombre definido. Los objetivos de la Asociación serán la representación, defensa y fomento de los intereses de

sus miembros y del Sector. Para el presidente de UCAVE, Rafael Serra, "es fundamental que en momentos como el actual sepamos defender con una única plataforma los intereses de un sector que va a tener un papel fundamental en la salida de la crisis", así subraya que "la unión potenciará nuestra capacidad de influir en la toma de decisiones más relevantes". Por su parte, el presidente de ACAV, Francisco Carnerero, señala que "es una noticia muy positiva para el Sector". "Las agencias tendrán una única voz y un interlocutor muy representativo ante las instituciones", añade.

### Negociaciones truncadas

En 2007, ambas Asociaciones catalanas ya negociaron su fusión, pero entonces no se llegó a un acuerdo en la estructura de la nueva Orga-

nización empresarial, por la intención de ACAV de mantener a su presidente y gerente al frente. A pesar del intento fallido, las dos Asociaciones llegan a la unificación después de la buena sintonía mostrada desde 2011, cuando empezaron a trabajar de forma conjunta en temas que afectaban al Sector.

Por otra parte, en la asamblea de UCAVE, su presidente ha sido reelegido "para poder finalizar el proceso de fusión estos ocho meses", indica Serra a NEXOTUR, ya que su mandato de cuatro años finaliza el 30 de marzo. Así, como ya había adelantado Serra, solamente presentaría su candidatura si el proyecto de fusión seguía adelante. "No tenía intención de renovar, pero como se trata de un proyecto en el que hemos trabajado, considero que es mejor seguir", aclara.

# El gasto turístico aumenta cerca de un 5% en los dos primeros meses del año, alcanzando los 5.401 millones

Canarias capta el 36% del total del desembolso de turistas extranjeros en nuestro país, con 1.968 millones de euros

El gasto de los turistas internacionales ha alcanzado en los dos primeros meses del año un total de 5.401 millones de euros, lo que supone una mejora del 4,7% con respecto al

mismo periodo de 2011, según la encuesta de gasto turístico Egatur elaborada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. El mayor volumen de gasto corresponde a los

alemanes, con 921 millones de euros, tras aumentar su gasto un 6,7%, mientras que los viajeros británicos están en segunda plaza con 836 millones de euros, un 1,6% más.

Los turistas extranjeros han gastado en nuestro país un 4,7% más en los dos primeros meses del año, que en el mismo periodo de 2011, según la encuesta Egatur. Por su parte, el gasto medio diario ha aumentado un 10,4%, hasta los 103 euros, mientras que el gasto medio por turista se ha incrementado un 1,9%, hasta alcanzar los 969 euros.

El mayor volumen de gasto lo han realizado los turistas alemanes, con 921 millones de euros, que acapararon el 17,1% del gasto total realizado, tras aumentar su gasto un 6,7%; seguidos de los británicos que gastaron un 1,6% más, hasta 836 millones, el equivalente al 15,5% del total. Les siguieron los procedentes de Países Nórdicos, con 736 millones de euros y un incremento de su presupuesto

del 8,1% y los franceses, que redujeron un 5,1% su gasto en sus viajes a España, hasta los 446 millones de euros. El mayor recorte lo aplicaron los turistas italianos, que gastaron un 12,6% menos de enero a febrero, hasta 288 millones de euros.

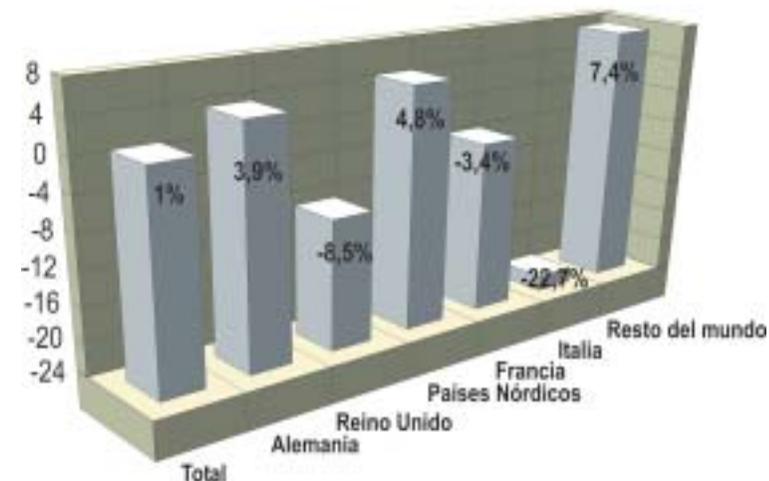
### Canarias capta el 36%

En lo que va de año, Canarias es la Comunidad que lidera el gasto total con 1.968 millones de euros, lo que supone un 36,4% del total y un crecimiento del 7,6% con respecto a los dos primeros meses de 2011. Le sigue Cataluña, con 1.066 millones de euros, que ha recibido un 9,5% más del gasto realizado. Por su parte, en Andalucía, tercera Comunidad receptora, el gasto de los turistas se

ha reducido un 15,4%, hasta los 646 millones. La Comunidad de Madrid ha recibido 642 millones de euros de gasto, un 10% más, y ha acaparado el 11,9% del total del gasto realizado. Los turistas extranjeros que visitaron la Comunidad Valenciana han reducido su presupuesto de enero a febrero en un 3,8%, hasta los 393 millones de euros. Con respecto a las islas Baleares, el gasto ha alcanzado los 225 millones de euros, un 0,6% más, en lo que va de año, tras un retroceso del 1,6%.

Desde el punto de vista de la organización del viaje, el 68,2% del gasto se ha realizado en los desplazamientos sin 'paquete' turístico, un 3,9% más. Por su parte, en los realizados con un viaje combinado, el gasto ha aumentado un 6,4%.

## Gasto turístico en febrero de 2012



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

# Los ingresos por Turismo crecen cerca del 7% en España en enero, superando 2.600 millones de euros

El Turismo español sigue mostrando dos tendencias bien distintas según se analice el Receptivo o el Emisor. En concreto, durante el mes de enero los ingresos por Turismo (Receptivo) han alcanzado los 2.676,6 millones de euros, según los datos de la Balanza de Pagos hechos públicos por el Banco de España. Esta cifra supone un aumento del 3,3% frente a los 2.591,1 mi-

llones del mismo mes del ejercicio anterior. De este modo, se mantiene la tendencia alcista registrada en el cómputo global del ejercicio anterior, cuando los ingresos por Turismo crecieron un 8,6%. Esta evolución se debe, en gran medida, al mayor número de turistas extranjeros llegados a España en este mes. Según los datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), el destino

España ha recibido en enero 2,8 millones de turistas internacionales, un 4,6% más que en 2011.

## Descenso en los pagos

En lo que respecta a los pagos realizados por los españoles por sus viajes al extranjero (Emisor), continúa su evolución negativa, registrando durante enero una caída del 6,8%, con

831,9 millones de euros frente a los 892,6 millones de euros del mismo mes de 2011. Ya en diciembre, se mantuvo estable respecto a 2010, con 971,6 millones. Los datos de ambos parámetros permiten que el segmento Turismo y viajes concluya enero con un superávit de 1.844,7 millones de euros. Esto implica una subida del 8,6% frente a los 1.698,5 millones contabilizados en el año anterior.



Los españoles gastan menos en 2012.

## IAG comprará Bmi a Lufthansa tras tener permiso de la Comisión

International Airlines Group (IAG) prevé contemplar la adquisición de la aerolínea Bmi a Lufthansa alrededor del 20 de abril, una vez que finalicen algunas condiciones técnicas requeridas para cerrar la operación. El grupo aéreo, resultante de la fusión de Iberia y British Airways, recibió el pasado viernes la aprobación por parte de la Comisión Europea.

El precio de la operación alcanzará los 206,7 millones de euros, que se pagarán íntegramente en efectivo, libre de tesorería y deuda, pero sujeto a reducciones de precio "significativas", si Lufthansa opta por vender Bmi Baby, ha detallado el grupo en una nota remitida a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). IAG estima los costes de reestructuración relacionados con la integración de Bmi rondarán los 119,8 millones de euros distribuidos en tres años, en su mayor parte en el primer ejercicio. No obstante, los planes del grupo aéreo, que prevé un beneficio operativo de 1.500 millones de euros en 2015, no se verán afectados por esta adquisición.

## Aprobación de Bruselas

El holding ha ofrecido varios compromisos a la Comisión Europea como parte del proceso regulatorio que ahora comienza. Entre ellos, siete pares de slots diarios para ser utilizados entre Heathrow y Edimburgo o Aberdeen; cinco entre Heathrow y los destinos Niza, El Cairo, Riad, Moscú, Edimburgo o Aberdeen; y dos en Heathrow, que serán alquilados a Transaero para utilizarlos en vuelos a Moscú. Además, otras aerolíneas podrán solicitar asientos en la red integrada de corto y medio radio de British Airways y Bmi para sus pasajeros con conexión en condiciones comerciales de mercado.

El consejero delegado de IAG, Willie Walsh, ha mostrado su satisfacción por la decisión de Bruselas, producto de "un exhaustivo proceso de revisión durante el cual han sido considerados los puntos de vista de los grupos de interés clave". "La expansión de nuestra red de largo radio ayuda a su vez al crecimiento de Heathrow como un hub internacional, a pesar de sus limitaciones", subraya.



## El sector está cambiando

### y tu agencia, ¿cuándo va a cambiar?

### Desde sólo 50€ al mes, forma parte de una gran empresa

- ✓ Una de las marcas más reconocidas y valoradas por los clientes en España
- ✓ Plan de Comunicación con las mejores ofertas y promociones
- ✓ Financiación de los viajes con la tarjeta Pass Visa del Grupo Carrefour
- ✓ Servicio de venta de entradas
- ✓ Comisiones de primer nivel para rentabilizar cada operación
- ✓ Asistencia continuada al asociado
- ✓ Dotamos a las agencias de la última tecnología

+ Información  
902 40 00 45  
[www.carrefour.es/viajes/asociate](http://www.carrefour.es/viajes/asociate)



## Viajes

# El Salón TurNexoMadrid reúne a los agentes de viajes para conocer las novedades para esta temporada de verano

En la feria organizada por el Grupo NEXO han estado presentes los más destacados proveedores turísticos

TurNexo Madrid ha vuelto a convertirse una vez más en el punto de encuentro entre agentes de viajes y proveedores turísticos. Este Salón, que viene celebrándose desde hace más de una década

en varias ciudades, ha contado con la participación de más de una decena de expositores. Entre ellos ha destacado la presencia de la aerolínea Iberia, los turoperadores Catai Tours, Kuoni y

Travelplan, los destinos Patronato de Turismo Málaga Costa del Sol y Turismo Británico, el proveedor tecnológico Travelport, y las agencias Viajes Carrefour, Unión Ceus y Alianza AGC.



El líder del Sector, Rafael Gallego, inaugura TurNexoMadrid junto al nuevo presidente de AEPT, Andrés Encinas, y el presidente de UNAV, José Luis Prieto; flanqueados por los presidentes de AGC y Unión Ceus.



Precediendo al Salón TurNexoMadrid se ha celebrado el Foro NEXOTUR 'Coyuntura de las agencias: resultados de Semana Santa y previsiones para la Temporada de Verano'.



Los líderes del Sector de agencias de viajes han recorrido el Salón TurNexo Madrid tras su inauguración y han podido intercambiar ideas con los profesionales del Sector.



Más de una decena de proveedores han asistido al Salón TurNexoMadrid como aerolíneas, mayoristas y hoteleras, entre otras. Los grupos comerciales también han contado con su stand.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Hotel Mayorazgo Best Western al Salón TurNexoMadrid, también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.



Los agentes de viajes que han acudido al Salón han podido hablar con los diferentes proveedores allí presentes para conocer todos sus productos y ofertas para la temporada de invierno.



Los agentes de viajes recorren todos los stands para conocer las últimas novedades de los proveedores y sellar el ya tradicional pasaporte, con el que obtienen un reloj como obsequio.



Como ya es tradicional en todos los Salones TurNexo, el de Madrid finalizó con la celebración de un cóctel para proveedores y agentes de viajes participantes.

# Las agencias independientes dan por 'enterrada' la Semana Santa con una caída de ventas de más del 20%

Organizaciones y Grupos comerciales analizan, en un encuentro a puerta cerrada, la coyuntura sectorial

La Semana Santa "ha quedado enterrada como temporada alta del mercado emisor español". Al menos éste es el sentir de varios representantes del Sector, especialmente de las gran-

des macroalianzas de Grupos comerciales, Alianza AGC y Unión Ceus. Los principales representantes del Asociacionismo y de las agencias independientes se han dado cita en el Foro

NEXOTUR, revelando que el volumen de ventas ha descendido más de un 20%, en comparación con la Semana Santa del año anterior, pese a que aquella ya fue "especialmente floja".

En el marco del Foro NEXOTUR, antesala del Salón TurNexo Madrid, los líderes de las principales Organizaciones empresariales y Grupos comerciales de agencias han valorado muy negativamente la evolución de las ventas en Semana Santa. A pesar del elevado número de participantes del Foro, que expresaron discrepancias en determinados aspectos de la coyuntura sectorial, la práctica totalidad de los representantes del Sector ha coincidido en señalar que las ventas en esta Semana Santa han caído en torno al 20%, e incluso por encima, "dando por enterrada esta temporada de ventas", otrora tan importante.

No obstante, a diferencia de esta drástica caída de ventas, que corresponde en mayor medida a las agencias independientes, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, considera que no ha afectado en la misma medida a las grandes redes minoristas ni a la venta en la Red a cargo de agencias *online*. Al respecto, recuerda que el canal "sigue concentrando el grueso de las ventas de grandes transportistas, como Iberia" y que, "en enero y febrero, los españoles han realizado un 4% más de viajes, según informaciones publicadas por NEXOTUR, con un creciente uso del 'paquete' turístico".

## Caída del consumo

El presidente de la Unión Ceus, Agustín Lamana, con más de un millar de puntos de venta, considera que "se ha acabado la temporada alta de Semana Santa, a causa del desplome del consumo y a los elevados precios", ya que "los consumidores españoles no pueden o no se atreven a gastar, y no les merece la pena pagar el doble por viajar en estos días", lo que se ha traducido "en una gran apatía de compra", según explica. Así, indica que "antes las familias hacían dos o tres viajes a lo largo del año, mientras que ahora concentran el gasto en un único desplazamiento, lo que esperamos favorezca las ventas de la temporada de verano".

Por su parte, el presidente de la Alianza AGC, Juan José Oliván, que cuenta con millar y medio de agencias, considera que el fuerte descenso de las ventas que se ha producido en esta festividad se debe, principalmente, a factores externos, como la crisis económica o el anuncio de mal tiempo, así como a causas internas, como es el caso de los precios. "Hay muchos clientes que no están dispuestos a pagar los altos niveles de precios que se fijan para viajar en estas fechas", advierte.



El Foro NEXOTUR ha precedido al Salón TurNexo Madrid, que reúne cada año a agentes de viajes y proveedores turísticos.

En los mismos términos que el presidente de Unión Ceus, se expresa el presidente del Grupo Europa Viajes (y vicepresidente de Unión Ceus), José Luis Muñoz, quien reconoce que "mientras que en época de bonanza muchas familias podían gastar 1.000 o 1.500 euros en estas fiestas, actualmente esto no ocurre". Muñoz ha aprovechado su intervención para denunciar la estrategia de tirar precios de las agencias *online*, que "nos hace mucho daño", al mismo tiempo que critica a aquellos proveedores que "ofertan a precios más bajos que las propias agencias de viajes".

Menos pesimista se ha mostrado el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto. Según una encuesta realizada por la Asociación decana del Sector, se ha producido "un leve crecimiento en determinados destinos de larga distancia, y la media distancia ha mantenido el tipo, mientras que en algún producto como el crucero el incremento ha rondado el 8%". Tras sondear a diversos turoperadores y minoristas, UNAV estima, en lo que respecta a los destinos domésticos, que se ha producido una bajada de ventas del 15%, que en el internacional estaría en torno al 10%", afirma su gerente, Alberto Cejo.

Para el director general del Grupo Cybas, Vicente García, otro de los problemas a los que se enfrentan las agencias es que "no sólo no hayan bajado los precios, sino que en algunos productos punteros se

ha incrementado", lo que ha dificultado su distribución. Por su parte, el director general del Grupo Unida, Julián Motilla, detalla que "la venta de 'paquetes' turísticos de cara a Semana Santa se produjo principalmente en enero y febrero", constatando un notable parón de las ventas en marzo y abril, mientras que las anunciadas ventas de última hora se han visto frustradas, "afectando solo a servicios sueltos".

## Menos vuelos especiales

El tesorero de CEAV, José Luis Méndez, considera que "la Semana Santa nos la hemos cargado", haciendo referencia, entre otros aspectos, al escenario "tan poco favorable de subida de tasas aeroportuarias, creación de una tasa al Turismo, las huelgas o el desempleo creciente". Por ello, reclama a las Administraciones públicas que "no hagan caso omiso del Emisor" ya que, a su juicio, "hoy solo se centran en el Receptivo".

Otro aspecto que ha influido negativamente, tal y como expone el gerente de la extinta Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), Ruperto Donat, es "que se ha programado un 40% menos de operaciones especiales aéreas que en el año anterior". En suma, que las mayoristas han puesto mucho menos producto en el mercado. Este factor "explica que, pese a haber dado salida a buena parte de la oferta existente, las ventas hayan disminuido más del 20%, teniendo en cuenta que

la Semana Santa anterior ya fue de por sí bastante floja", revela. Por su parte, el director general adjunto del Grupo Star, Félix Estévez, centra su intervención en la pérdida de clientes de la agencia tradicional, en beneficio del canal *online*. "El viajero está utilizando otros métodos de comercialización, por lo que nuestro objetivo pasa por recuperar este tráfico que estamos perdiendo".

En el caso del mercado emisor de Madrid, el presidente de AEDAVE-Madrid, Antonio Caballos, considera que "el reiterado anuncio en los medios de mal tiempo en Semana Santa, ha provocado que mucha gente haya dejado el viaje para fiestas posteriores". Asimismo, explica que otro problema al que se están enfrentando las agencias es que "hay muchos clientes que piensan que dirigiéndose al hotel para realizar la reserva, directamente o a través de Internet, creen que van a encontrar mejores precios".

Finalmente, el director del Congreso de UNAV, Ramón Buendía, confirma que en el sector hotelero las ventas "han caído de media entre un 8% y un 12% en relación a la Semana Santa del año anterior", con una ocupación media del 70%. Asimismo, se muestra sorprendido porque en fechas próximas, como en el puente del día del Padre, muchos hoteles de costa permanecían cerrados.

## Notable asistencia al Salón

Tras la celebración del Foro NEXOTUR, el corte de cinta inau-

gural corrió a cargo del líder del Sector (presidente de la rebautizada CEAV), Rafael Gallego, inauguraba el Salón TurNexoMadrid, junto al presidente de UNAV, José Luis Prieto, y al nuevo presidente de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT), Andrés Encinas. Les flanqueaban los presidentes de las dos grandes macroalianzas de Grupos comerciales: Juan José Oliván y Agustín Lamana, presidentes de Alianza AGC y Unión Ceus, que integran cerca de tres millones de puntos de venta.

Esta veterana feria especializada organizada por el Grupo NEXO, celebra su 25ª edición bianual, tras 13 años de celebración ininterrumpida, que ha tenido lugar entre las 11 y las 17 horas del martes 10 de abril, en el Hotel Mayorazgo Best Western, ubicado en plena Gran Vía madrileña.

TurNexoMadrid permite a los agentes de viajes de la Comunidad de Madrid conocer de primera mano las novedades y ofertas del selecto grupo de proveedores que participan como expositores. Entre los expositores, destaca la presencia aerolíneas como Iberia, de grandes turoperadores (como Catai Tours, Kuoni y Travelplan), de destinos nacionales y extranjeros (como el Patronato de la Costa del Sol o el Turismo Británico), GDS (Travelport), seguros de viajes (Intermundial), franquiciadores (Viajes Carrefour), así como de las macroalianzas Unión Ceus y Alianza AGC, entre otros.

## La deuda de AENA, Adif y Renfe subirá más del 6%

Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), Adif y Renfe prevén cerrar el ejercicio 2012 con una deuda conjunta de unos 32.400 millones de euros, un 6,7% menos respecto al endeudamiento de 2011, lo que supone un recorte del pasivo de unos 2.330 millones de euros. Por su parte, Feve y Puertos del Estado verán incrementar sus deudas.

## Andorra debate el futuro del Turismo de nieve

El VII Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, que se ha celebrado en Andorra entre el 11 y el 12 de abril, ha tenido como eje el 'Turismo de Montaña 2.0: nuevas estrategias de éxito'. Así ha analizado el futuro de este segmento turístico con ponentes de España, Francia, Suiza, Italia, Islandia, Serbia, Bulgaria, Corea del Sur, China y Canadá.

## En mayo se sabrán dónde se ubicará Eurovegas

Madrid y Barcelona son las candidatas para albergar la futura Eurovegas. El propietario de Las Vegas Sands, Sheldon Adelson, ha asegurado que ambas tienen sus "diferentes ventajas" para ubicar el megacomplejo de ocio y congresos, y que le gustan ambas ciudades. Aproximadamente en mayo, un mes y medio después de las presentaciones, se conocerá la decisión de la compañía.

## El Palacio de Palma de Mallorca estará en un año

El alcalde de Palma, Mateu Isern, ha afirmado que el palacio de congresos generará 50 millones de euros anuales y que estará listo en marzo de 2013 por lo que, según ha expresado, "los plazos se van a cumplir". En su visita al palacio, ha resaltado la "incidencia económica" que tendrá en la ciudad. Asimismo, ha destacado que es uno de los "proyectos esenciales" de esta legislatura.

# CEAVyT pasa a denominarse CEAV y adapta sus estatutos para consolidar la unidad del Sector

Matilde Torres ha sido designada por unanimidad presidenta de honor de la Confederación a título póstumo

El que fuera presidente de CEAVyT hasta el pasado 22 de noviembre, José Manuel Maciñeiras, presentó ayer al consejo directivo su dimisión como vicepresidente ejecutivo de

la misma. Con su renuncia en la Confederación de agencias de viajes, que ha pasado a denominarse CEAV, busca "dar paso a nuevos directivos que aporten aire fresco". Por otro

lado, además de aceptar su dimisión la asamblea de la Confederación ha aprobado por unanimidad el nombramiento de Matilde Torres como presidenta de honor a título póstumo.

José Manuel Maciñeiras ha presentado al consejo directivo de CEAVyT su renuncia como vicepresidente, cargo que ocupaba desde el 22 de noviembre, cuando fue relevado como presidente por Rafael Gallego. A partir de ahora, el que fuese presidente de la Confederación pasa a ocupar "un segundo plano como simple vocal", desde donde "prestaré mi servicio y experiencia, de forma incondicional, en la medida en que democráticamente se me necesite", según expone en la carta entregada al consejo en la última asamblea general.

En una entrevista concedida a NEXOTUR el pasado mes de febrero, Maciñeiras ya dejó entrever que sopesaba esta posibilidad, preguntándose abiertamente "si la próxima etapa debemos abordarla aquellos que hemos impulsado la integración en CEAVyT o si, por el contrario, he-

mos de propiciar que otros recojan el testigo y aborden el futuro con renovadas energías". En la carta entregada ayer a Gallego, el empresario insiste en que "es necesario que se produzca una auténtica renovación, a todos los niveles, de los órganos de gobierno, dando paso a nuevos directivos capaces de aportar aire fresco, libres de condicionamientos previos y exentos de heridas acumuladas con el paso de los años".

### Cambio de nombre

En la asamblea también se ha dado luz verde al cambio de denominación de la Confederación, que a partir de ahora se llamará Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), suprimiendo el término turoperadores. Según ha detallado Gallego a NEXOTUR, con ello única-

mente persiguen "adaptarnos a la legislación española, ya que la denominación turoperador no existe". No obstante, hace hincapié en que "seguimos englobando tanto a agencias de viajes minoristas como mayoristas, pero es una cuestión formal".

Por otro lado, se ha aprobado por unanimidad que la primera presidenta de honor sea Matilde Torres. Con esta distinción a título póstumo, la Confederación pretende "ensalzar su constante e incansable apoyo en pro de la unificación de todo el Sector, trabajando activamente en varias Organizaciones empresariales, entre ellas FEEAV, ACAV y UNAV", destaca el presidente de CEAV. Asimismo, hace hincapié en que "más allá de su actividad profesional, que ha sido brillante, siempre compatibilizó su trabajo con la defensa de los intereses del Asociacionis-



De izquierda a derecha, el tesorero de CEAV, José Luis Méndez; el presidente, Rafael Gallego; y el vicepresidente económico, Martín Sarrate.

mo". Por último, otro de los hechos relevantes de la jornada de ayer fue la dimisión del secretario del comité ejecutivo del consejo directivo de la Confederación, Pedro Fernán-

dez, quien pasará a ser miembro de honor. Su lugar lo ocupará el empresario y presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Cantabria, Eduardo García.

# Los pilotos de Iberia convocan paros todos los lunes y viernes hasta el próximo 20 de julio

Iberia demanda a Sepla y Stavla por la convocatoria de huelgas, y espera poder solicitar compensaciones

Iberia ha demandado a Sepla para pedir que sean declaradas ilegales las huelgas que ha convocado, tanto las 36 jornadas de los meses pasados como las 30 nuevas previstas entre abril y julio. La aerolínea también ha presentado una solicitud similar contra el sindicato Stavla, que representa a menos de un tercio del colectivo de tripulantes de cabina de pasajeros, por los paros convocados a principios de marzo. El objetivo es poder solicitar la compensación económica por los daños causados a Iberia, que hasta ahora se han calculado en más de tres millones de euros por día.

En el caso del Sepla, la compañía aérea alega dos motivos fundamentales para denunciar los paros, ya que según explica, la huelga "persigue obstruir una decisión tomada por la empresa en el ejercicio de su legítima libertad de empresa, salvaguardada

por el artículo 38 de la Constitución Española", decisión que, además, "respetar todos los acuerdos firmados por la compañía". En el caso de la demanda contra el Stavla, para Iberia los paros convocados a principios de marzo son "ilegales" por los mismos motivos que la del Sepla y porque en el convenio colectivo de TCP se contempla la operación de Iberia Express como una empresa independiente.

### Nuevos paros

La sección sindical de Sepla en Iberia presentaba a finales de marzo el nuevo calendario de paros por la creación de Iberia Express, tras la ruptura de las negociaciones en las que mediaba Manuel Pimentel. Así, desde el 9 de abril, todos los lunes y domingos, se realizarán paros hasta el 20 de julio.

Este nuevo calendario ha afectado a la operación retorno de Semana Santa al coincidir el primer día, el 9 de abril, con el lunes de Pascua, festivo en algunas Comunidades. También hay un paro el 27 de abril, en plena salida del Puente de Mayo. Así, al respecto, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha alertado de los riesgos para el Sector Turístico.

El colectivo de pilotos justifica su retorno a los paros "ante la falta de acuerdo en la mediación propuesta por el Gobierno" y por "el boicot" que ha ejercido Iberia sobre el proceso que ha impedido conseguir dicho acuerdo "a pesar de las importantes concesiones ofrecidas por Sepla". Por último, reitera su protesta ante la creación de la filial Iberia Express, una empresa "ilegal" que según el sindicato vulnera los pactos de convenio. Iberia condena "la actitud irrespon-



Iberia Express nació el 25 de marzo.

sable e intransigente del sindicato", al que acusa de haber rechazado la propuesta de Pimentel.

## Bruselas prohíbe volar a la venezolana Conviasa

La Comisión Europea ha incluido a Conviasa, aerolínea venezolana de bandera en la lista negra de compañías aéreas a las que se les prohíbe volar en la Unión Europea (UE) por razones de seguridad. Las otras dos aerolíneas venezolanas, Estelar Latinoamérica y Aerotuy, podrán seguir operando, pero se les someterá a una vigilancia reforzada.

En esta actualización de la lista negra, Bruselas también ha detectado "graves problemas" en relación con la supervisión de seguridad de las compañías aéreas con licencia en Libia. Así, tras negociar con el Ministerio de Transportes del país, las propias autoridades libias han prohibido a todas sus aerolíneas volar en la UE, con efecto inmediato y al menos hasta el 22 de noviembre de 2012. Así, la Comisión no considera necesaria su inclusión en la lista.

# ASEGURA TU FUTURO

Abre tu agencia de viajes  
con **Viajes Iberia**



Infórmate o contáctanos en:

Telf. 91 521 75 57 · [franquicias.expansion@viajesiberia.com](mailto:franquicias.expansion@viajesiberia.com)

84L-031-11M

**VIAJES**  **IBERIA**

DIVISIÓN FRANQUICIAS

## Expedia interpone una demanda contra Google

Expedia ha interpuesto una demanda contra Google ante la Comisión Europea. Considera que el negocio y las prácticas de búsqueda de la multinacional "constituyen una violación de la competencia de la Unión Europea y las leyes de protección al consumidor". La denuncia ofrece evidencia de cómo la conducta de Google "perjudica no solo la competencia, sino a los propios consumidores".

## El Gobierno aprueba el calendario para Fomit

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha publicado el calendario y los criterios de valoración para el Fondo para la Modernización de Infraestructuras Turísticas (Fomit), a la espera de que se conozca la cuantía para estas actuaciones. Entre los criterios de valoración, se tendrán en cuenta proyectos sostenibles que generen empleo, destacan desde el Ministerio.

## El español no confía en la seguridad en transporte

Para el 60% de los españoles las medidas de seguridad en las instalaciones de transporte son "insuficientes", según los resultados del estudio 'Seguridad Ciudadana en las Infraestructuras de Transporte' del proveedor de soluciones de seguridad y antiincendios ADT. En él se analizan la percepción ciudadana sobre la seguridad y el comportamiento anti-social de los españoles en estos entornos.

## Normalidad en el autobús el 29M, según Asintra

La huelga general del 29 de marzo se desarrolló casi con total normalidad en lo que se refiere al sector del transporte de viajeros por carretera. Un hecho que, según han señalado desde Asintra, no se ha producido en otras convocatorias de huelga precedentes. El grado de cumplimiento de los servicios mínimos fue superior al 95%, excepto en empresas en las que se registraron incidentes.

# Disneyland Paris inicia la celebración de sus 20 años de historia, durante los que ha recibido más de 250 millones de visitantes

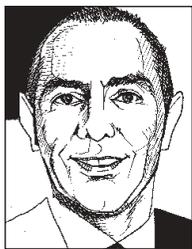
Air France, socio colaborador del parque galo, se suma a los festejos con el programa 'Niños gratis' a partir de mayo

El 1 de abril, Disneyland Paris inició los festejos de su 20 aniversario. Para ello, el parque temático galo ha diseñado una serie de actividades y amplía su horario cuatro horas.

"Las reservas están funcionando muy bien", asegura el director del parque para España y Portugal. El solo concepto de la conmemoración está creando "muchísima expectativa",

subraya. Desde su apertura el 12 de abril de 1992, ha recibido más de 250 millones de turistas, siendo de esta manera el principal destino turístico de Europa.

Disneyland Paris cumplirá 20 años el 12 de abril con más de 250 millones de visitantes desde que abriera sus puertas en 1992, y un récord de 15,6 millones en 2011, cifras que lo convierten en el principal destino turístico europeo. Y para celebrarlo a partir del 1 de abril ha preparado un amplio programa de actividades.



Javier Moreno

se han venido incrementando desde diciembre", asegura su director para España y Portugal, Javier Moreno. El solo concepto de que el 20 aniversario será especial está creando "muchísima expectativa y una buena acogida", subraya, por lo que "estamos seguros de que este 20 aniversario cumplirá su misión", augura.

Así, el parque francés ampliará su horario cuatro horas, estrenará nueva cabalgata y nuevo espectáculo nocturno con efectos especiales, diseñado para la ocasión, utilizando el Castillo de la Bella Durmiente como proyector, entre otras novedades. "Las reservas están funcionando muy bien

En nuestro país, el 90% de las reservas al parque francés se realiza a través de las agencias de viajes, pieza "clave" en su comercialización, a la que se añade el transporte aéreo en lo que Air France, socio estratégico del parque, tiene un "papel importante" como "embajador de principitos". El

perfil del español que visita Disneyland Paris se caracteriza por unas estancias más largas, de un mínimo de dos noches y tres días a los cuatro o cinco.

El mercado español es el tercero, con un 9,5%, por detrás de Francia (50%), Reino Unido (13%), y seguido de Holanda (6%), Bélgica (6%), Luxemburgo (6%) e Italia (4%). El 47% son familias, el 70% acude por primera vez y el 30% repite.

### Apoyo de Air France

Por su parte, la aerolínea francesa que transporta tres millones de niños al año, se ha sumado a la celebración de Disneyland Paris con el programa 'Niños gratis' a partir de mayo. Así, por cada adulto que compre un 'paquete'

turístico a través de cualquiera de los distribuidores de Disney para viajar al parque francés con la compañía aérea gala, un niño de hasta 12 años viajará gratis. "Queremos contribuir a que muchos pequeños principitos españoles conozcan la magia de Disney", ha destacado el director general de Air France-KLM para España y Portugal, Thierry de Baillieu.

No en vano, el 79% de las llegadas a Disneyland Paris corresponden al avión, un 12% realiza el viaje en coche, un 7% en tren desde Madrid o Barcelona y un 1% en autobús. En 1992, cuando Air France se asoció con Disneyland Paris, la aerolínea contaba con 60 vuelos semanales entre España y la capital gala (28 desde Madrid y 21 desde Barcelona, además de

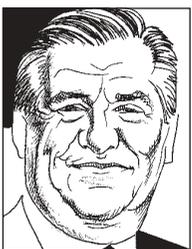
conexiones desde Bilbao, Santander, Valencia y Palma). Hoy en día opera 300 vuelos semanales, entre ellos 89 desde Madrid y 98 desde Barcelona.

Actualmente, Disneyland Paris, que ocupa 2.200 hectáreas, emplea a 14.500 personas de más de 100 nacionalidades diferentes que trabajan en 500 profesiones en sus instalaciones, en las que se hablan más de 20 idiomas. Engloba dos parques temáticos (57 atracciones), siete hoteles (8.000 habitaciones) con una ocupación media del 87%, 58 restaurantes, 23.500 metros cuadrados para convenciones (1.000 eventos al año), además de espectáculos musicales. En estos 20 años se han celebrado 150.000 espectáculos en directo y 9.600 cabalgatas han recorrido Disneyland Paris.

## Thomas Cook reafirma que este ejercicio será 'un año difícil' por la crisis económica

Weihagen: 'Hemos visto una mejora en la tendencia de las reservas en Reino Unido'

"Las ventas de la temporada de invierno de Thomas Cook se han mantenido estables y en línea con las expectativas", destaca su consejero delegado, Sam Weihagen. "En las últimas semanas hemos visto una mejora en la tendencia en Reino Unido".



Sam Weihagen

Así, desde Thomas Cook explican que "seguimos esperando que el ejercicio de 2011-12 sea difícil, dada la coyuntura económica y el entorno comercial difícil, sobre todo para el invierno". "Las tendencias que ya observamos en el primer trimestre han continuado en el segundo, pero las ventas para la temporada de verano son más alentadoras", indican.

Al igual que en el año pasado, en la temporada de invierno Thomas Cook ha reservado un 91% de la programación en Reino Unido. Las reservas convencionales han registrado una evolución favorable, desde las últimas previsiones, aunque ahora han descendido un 9%, en consonancia

con la reducción de capacidad prevista, señalan desde el grupo turístico.

En Europa Central se han situado por encima de la capacidad estimada, y se observa una mayor demanda para las vacaciones en coche y los 'paquetes' dinámicos. En Europa occidental y oriental se han mantenido estables, aunque refleja una caída sobre todo en Francia. Ya en el norte de Europa, en línea con el incremento de su capacidad, han aumentado un 10%. Aunque los precios han permanecido estables, los márgenes han sido más débiles.

En la división alemana, la capacidad de crecimiento refleja una mayor productividad en los trayectos aéreos cortos y un incremento del negocio en los de larga distancia. Las reservas han aumentado un 20%, a la par que el 18% más de capacidad. En el caso de América del Norte, clave en la temporada de invierno para el grupo turístico por su programa

de vuelos desde Reino Unido, los rendimientos han sido pobres, como resultado del exceso de capacidad en el mercado y el clima templado.

Para este verano, Thomas Cook subraya que las reservas están siguiendo la evolución de la capacidad aplicada por el grupo en Reino Unido y en Europa Central, a pesar de la coyuntura económica. En cambio, el grupo matiza que las reservas están siendo más lentas en el norte de Europa y Europa occidental y oriental, "donde mantenemos la flexibilidad para reducir la capacidad si es necesario".

En general, el grupo indica que las reservas del Reino Unido están un 2% por debajo de la temporada de verano de 2011. Aunque a raíz de las recientes mejoras de la web, se ha observado en las últimas cuatro semanas un incremento de las reservas online del 19%. Las centrales de reservas europeas están en consonancia con la capacidad prevista, por lo que se ha observado un aumento del 10% en el último mes en comparación con el año anterior.

## Andrés Encinas es elegido nuevo presidente de AEPT

Los miembros de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) han elegido si ningún voto en contra a Andrés Encinas como nuevo presidente. Sus principales objetivos en este cargo serán "lograr consenso, dar continuidad a sus valores y conseguir el reconocimiento del Sector".

Con la elección de la nueva junta directiva, se cierra una etapa de transición liderada por Inmaculada Palencia, presidenta saliente que ha trabajado desde el año 2009 por renovar la imagen de la AEPT, así como innovar tanto interior como exteriormente. Entre otras muchas cosas, se han aprobado unos nuevos estatutos y un reglamento de régimen interno, se ha diseñado una nueva web, se generalizado la participación en las redes sociales y se ha trabajado por tener voz en los diferentes foros del Sector.

En su primera intervención como presidente, Encinas ha afirmado que "nos mueve el deseo de dar continuidad a los valores de siempre de nuestra Asociación, la inquietud por los tiempos difí-



El presidente de AEPT, Andrés Encinas.

ciles que vivimos y la conciencia de que necesitamos de todos los que estamos". Asimismo, ha hecho hincapié en que "nos mueve el afán de servicio a nuestra Asociación, contando con todos y cada uno de sus miembros". Encinas estará arropado por Heriberto Verdés, que ejercerá como vicepresidente; Santiago Aguilar, nuevo secretario; y Ramón Alonso, tesorero.

## Ryanair hizo competencia desleal contra las agencias

La Audiencia de Barcelona ha confirmado que Ryanair cometió un acto de "competencia desleal" cuando su presidente, Michael O'Leary, amenazó en verano de 2008 con cancelar los billetes vendidos por agencias *online*, calificándolas de parásitos que timan a los clientes con tasas ocultas. La aerolínea había presentado un recurso de apelación a una sentencia tras la denuncia de Lastminute.

## Catai Tours promociona Costa Rica como destino

Catai Tours colaborará con el Instituto Costarricense de Turismo en la promoción del país. Con este acuerdo, el turoperador líder en grandes viajes convierte a Costa Rica en "un destino estratégico para su crecimiento en Latinoamérica", apuntan desde la empresa, al mismo tiempo que destacan que el país "está presente de forma muy destacada en el catálogo".

## Rumbo lanza un servicio de pago a plazos en hoteles

Los clientes de Rumbo podrán abonar sus reservas de hotel en varios plazos sin ningún tipo de interés, independientemente de su importe. La agencia *online* pretende así incentivar la venta anticipada. Las reservas deberán realizarse con al menos 21 días de antelación respecto a la fecha de entrada en el hotel. El número de plazos dependerá de la antelación de la compra.

## Fenebús rechaza el nuevo incremento de las tarifas

Fenebús rechaza el incremento de tarifas del Ministerio de Fomento porque "empuja a las empresas al déficit". "Tanto la Federación como el Comité Nacional del Transporte por Carretera han presentado a la Administración de transporte rigurosos estudios sobre el déficit tarifario del sector, un problema que la Dirección General de Transporte Terrestre debe acometer, señalan.

# El Gobierno presentará el Plan Nacional e Integral de Turismo el 17 de abril con motivo de Conestur

Borrego: 'El principal reto es crear las condiciones necesarias para alcanzar un crecimiento rápido y sostenido'

El Plan Nacional e Integral de Turismo se presentará el 17 de abril con motivo del Consejo Español de Turismo (Conestur). En declaraciones a NEXOTUR, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, señala que "en ese momento el documento estará muy avanzado a falta de incluir las últimas aportaciones".



Isabel Borrego

Según indica la titular de Turismo, el principal reto que se persigue

con dicho plan, elaborado "tras recoger las aportaciones de las Comunidades autónomas y del sector privado", es "crear las condiciones necesarias para alcanzar un crecimiento rápido y sostenido de la productividad turística a nivel empresarial, así como un fortalecimiento

de nuestros destinos". Así, explica que "pretendemos articular medidas a corto y a largo plazo, entendiendo

por largo plazo esta legislatura y por corto seis meses vista".

"Queremos ejecutar acciones que entendemos son inaplazables, tanto en la oferta como en la demanda", prosigue Borrego. Al mismo tiempo hace hincapié en que "algunos de los objetivos primordiales se basan en la generación de empleo de calidad, el incremento de los ingresos del exterior y el aumento de las pernociaciones turísticas y, por supuesto, la mejora de nuestra proyección internacional". La secretaria de Estado de Turismo

revela que la armonización de la legislación turística "es otro de los objetivos claros del Plan Nacional e Integral de Turismo". "Debemos proceder a una mayor unidad de mercado para dar impulso y no obstaculizar los proyectos e inversiones pendientes, siempre con total respecto a las competencias autonómicas", apunta. Asimismo, aclara que "es muy importante que esta media no sea una restricción, sino todo lo contrario".

A la espera de conocer el documento definitivo, tanto el ministro de

Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, como la propia Borrego, han ido adelantando algunas de las líneas maestras. Uno de los aspectos en los que más énfasis se está poniendo es en facilitar los visados para que lleguen más turistas a España. Además, con esta iniciativa se pretende dar importancia al patrimonio cultural, considerándolo como "un elemento imprescindible y de vital importancia". Finalmente, Soria ha destacado en varias ocasiones la necesidad de potenciar la marca España.

**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](http://www.kuoniagencias.es)

100% Agentes

# Turnexo

## Andalucía

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES

Confirma asistencia:



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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 19 de Abril  
Hotel Al-Andalus  
Palace (Sevilla)

**Nexo**public  
CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

## El Gobierno mantendrá el descuento a residentes

El Gobierno mantendrá el 50% de subvención para los residentes no peninsulares en los vuelos nacionales. Así lo ha confirmado el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, quien aclara que "puedo dar plenas garantías, porque así me lo ha expresado la ministra Ana Pastor". En este sentido, insiste en que "esta ayuda va a seguir existiendo y así se ha aprobado".

## Los aeropuertos reciben ocho millones de viajeros

Más de 7,8 millones de viajeros se ha desplazado en los vuelos programados por la red de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) entre el 30 de marzo y el 9 de abril, coincidiendo con la Semana Santa, según fuentes del gestor aeroportuario. El pasado año, la previsión fue de 8,5 millones con un total de 57.029 operaciones, lo que supone un descenso del 8,2%.

## TAP logra un beneficio de tres millones en 2011

TAP, cuya privatización se espera para este año, ha cerrado 2011 con un beneficio de 3,1 millones de euros, una disminución en comparación con los 62,3 millones de 2010. Esta caída ha sido consecuencia del encarecimiento del combustible, según la compañía. "El mantenimiento de un resultado positivo ha sido posible gracias al crecimiento de la empresa", subrayan.

## Cáceres acoge un total de 66 reuniones en el año

La ciudad de Cáceres ha acogido en 2011 una media de un congreso o jornada cada cinco días, hasta un total de 66 reuniones, con lo que "se ha posicionado durante como una ciudad referente en la celebración de eventos", según el Ayuntamiento. "Unas estadísticas que se traducen en una importante inyección de riqueza en la capital cacereña", ha añadido el Consistorio

## CEAV alerta de los riesgos de la nueva huelga en Iberia

La nueva convocatoria de paros de los pilotos de Iberia, que comenzó el pasado lunes 10 de abril, "puede dañar la evolución del Sector Turístico de manera muy significativa" denuncia el presidente de CEAV, Rafael Gallego. Así, señala que "las exi-



Rafael Gallego

"reconsidere su postura, analizando las pérdidas que se pueden derivar, no solo a nivel de resultados, sino también en lo que a creación y mantenimiento de puestos de trabajo se refiere".

Por otro lado, CEAV reclama al Ministerio de Fomento que considere

su postura a la hora de perfilar el futuro Real Decreto para reforzar la protección de los pasajeros. Tal y como publicó NEXOTUR, la ministra Ana Pastor ha anunciado la creación de una normativa para minimizar el impacto de cierres de aerolíneas. En este contexto, la Confederación espera que el Gobierno tenga en cuenta su opinión. Aspiración que viene precedida por las reiteradas solicitudes para mantener una reunión con Pastor con el objetivo de abordar los problemas derivados del cese de operaciones de Spanair. En este sentido, recuerda que lleva años reclamando la creación de un fondo de protección al pasajero.

gencias planteadas no son de recibo en las actuales circunstancias, y menos considerando la situación del colectivo que las reclama". "El Sector Turístico se verá gravemente afectado por la coincidencia señalada con los fines de semana y el puente de mayo", subraya.

En este sentido, considera que, "aun respetando el derecho constitucional a la huelga de cada trabajador, determinados colectivos con condiciones de trabajo privilegiadas en comparación a otros deberían mostrarse más solidarios ante la delicada situación económica que atraviesa hoy en día nuestro país". Por ello, Gallego insta al colectivo de pilotos de Iberia a que

## CWT España supera sus expectativas e incrementa sus ventas en más de un 4%

La tendencia del sector va hacia un control de costes y un mayor uso de nuevas tecnologías

Carlson Wagonlit Travel España ha aumentado un 4% sus ventas en los primeros meses de 2012 (de enero a la primera semana de marzo) respecto al mis-

mo periodo del año anterior, superando las expectativas previstas al inicio de año, que eran de entre el 2% y el 3%, según ha anunciado la compañía.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha mejorado sus previsiones iniciales, incrementando sus ventas un 4% en los primeros meses del año. El director de *marketing*, comunicación y desarrollo de negocio de CWT, Michel Durrieu, ha señalado que este crecimiento es superior al del resto del mercado, por lo que se deduce que la compañía está ganando cuota de mercado, que en 2011 estaba en el 16% con una facturación de 500 millones de euros y dos millones de transacciones. El director general en España de CWT, Eduardo Rebello, y su director de *marketing* han explicado la estrategia de la empresa global para el próximo año, que encara un contexto en el que la recuperación eco-



Michel Durrieu

nómica global va a ser más lenta de lo previsto. Carlson Wagonlit Travel estima que el tráfico internacional aéreo crecerá en todas las regiones, especialmente hacia Asia-Pacífico y Latinoamérica, con unos precios medios hoteleros previsiblemente al alza, sobre todo en la zona Asia-Pacífico, ya que en 2012 se espera que se construyan 139.432 habitaciones nuevas en 559 propiedades en la región, en especial en Pekín y Bangkok. En este marco, dirigirá sus esfuerzos a "fidelizar los clientes" y a "aumentar la productividad", buscando reducir costes que pueden pasar por la disminución de los puntos de venta tradicionales que no son rentables, sustituyéndolos por *call centers*

para atender al cliente. Se ha puesto como ejemplo la creación de un *call center* en junio del pasado año en el que 12 personas trabajan desde sus casas para dar servicio a nuestros clientes fuera del servicio de atención de oficinas (tardes, noches y fines de semana). Los resultados, según han comunicado, están siendo excelentes y tanto clientes como empleados están satisfechos. "

Es la primera vez que una empresa del sector crea un *call center* virtual, que permitirá tener atendidos a los clientes las 24 horas", ha explicado Durrieu, quien ha remarcado que el proyecto está funcionando desde junio y está formado por trabajadores que han accedido voluntariamente a dar este servicio desde sus hogares. En este sentido, Rebello ha indicado que "algo esencial de esta fórmula es la conciliación".

## Los españoles realizan un 4% más de viajes en hasta febrero, superando los 21 millones de desplazamientos

Tanto los viajes a destinos nacionales como al extranjero registran incrementos respecto al ejercicio anterior

Los turistas españoles han arrancado el año viajando un 4,2% más que en el ejercicio anterior, hasta alcanzar un total de 21,5 millones de desplazamientos en los dos prime-

ros meses, según la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Los desplazamientos dentro y fuera del país han tenido fuertes crecimientos, aunque los

realizados al exterior han sido de mayor cuantía. Los viajes de ocio y las visitas a familiares y amigos se posicionan como principales motivos, con un peso conjunto del 80%.

Durante los primeros dos meses del año, los españoles han viajado un 4,2% más que en el mismo periodo de 2011 alcanzando los 21,5 millones de desplazamientos, asegura la encuesta Familitur, señalando que en el mes de febrero, los residentes en España han realizado 10,3 millones de viajes, un 2,8% más que el mismo mes del año anterior.

Por destinos, destaca el fuerte crecimiento de los viajes al extranjero en contraste con la práctica estabilidad de los viajes dentro de España. Por su parte, los viajes de ocio y las visitas a familiares y amigos se han posicionado como los principales motivos del mes, con un peso conjunto en torno al 80%. Ambos han registrado crecimientos interanuales, aunque el acon-

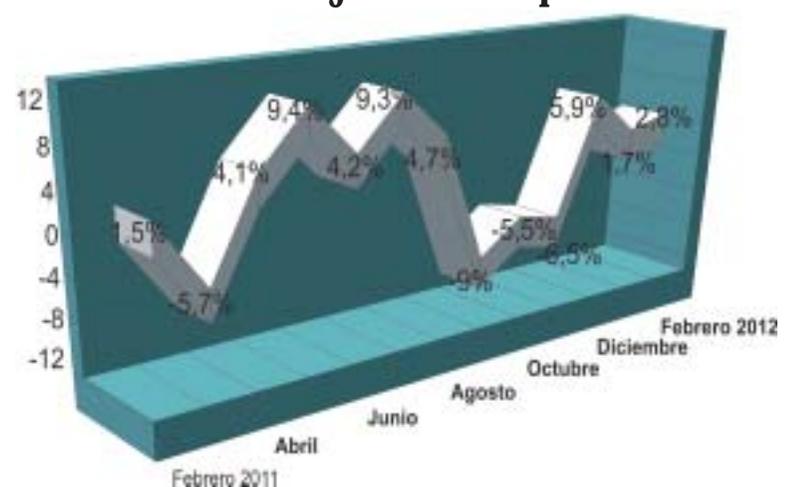
tecido en las visitas a familiares o amigos ha sido mucho mayor, señala la encuesta. En cuanto al tipo de alojamiento, el no hotelero ha sido el más demandado, acaparando alrededor del 75%, siendo la vivienda de familiares o amigos la más elegida. Respecto al año anterior destaca el fuerte crecimiento de los viajes a establecimientos hoteleros.

### Menos viajes en noviembre

Según la encuesta que publica los datos definitivos correspondientes a noviembre de 2011, los españoles han realizado en este mes un total de 9,6 millones de viajes, lo que ha supuesto un descenso interanual del 11,5%. La mayoría de los viajes (92,6%) realizados por los españo-

les han tenido como destino alguna Comunidad española, mientras que el 7,4% restante se ha decantado por el extranjero. En variación interanual los primeros descendieron un 12,4%, mientras que los viajes al extranjero aumentaron un 0,9%. En términos generales, el descenso se ha sustentado en la caída de los viajes de ocio y las visitas a familiares o amigos, así como en los viajes realizados en fin de semana, los cuales han sido los más numerosos, ya que acapararon más de la mitad de los desplazamientos, pero han mostrado un descenso interanual del 15,4%. En noviembre de 2011, las Comunidades que recibieron más viajes han sido Andalucía (el 16,3%), Cataluña (12,8%), Castilla y León (10,7%) y la Comunidad de Madrid (8%).

### Evolución viajes de los españoles



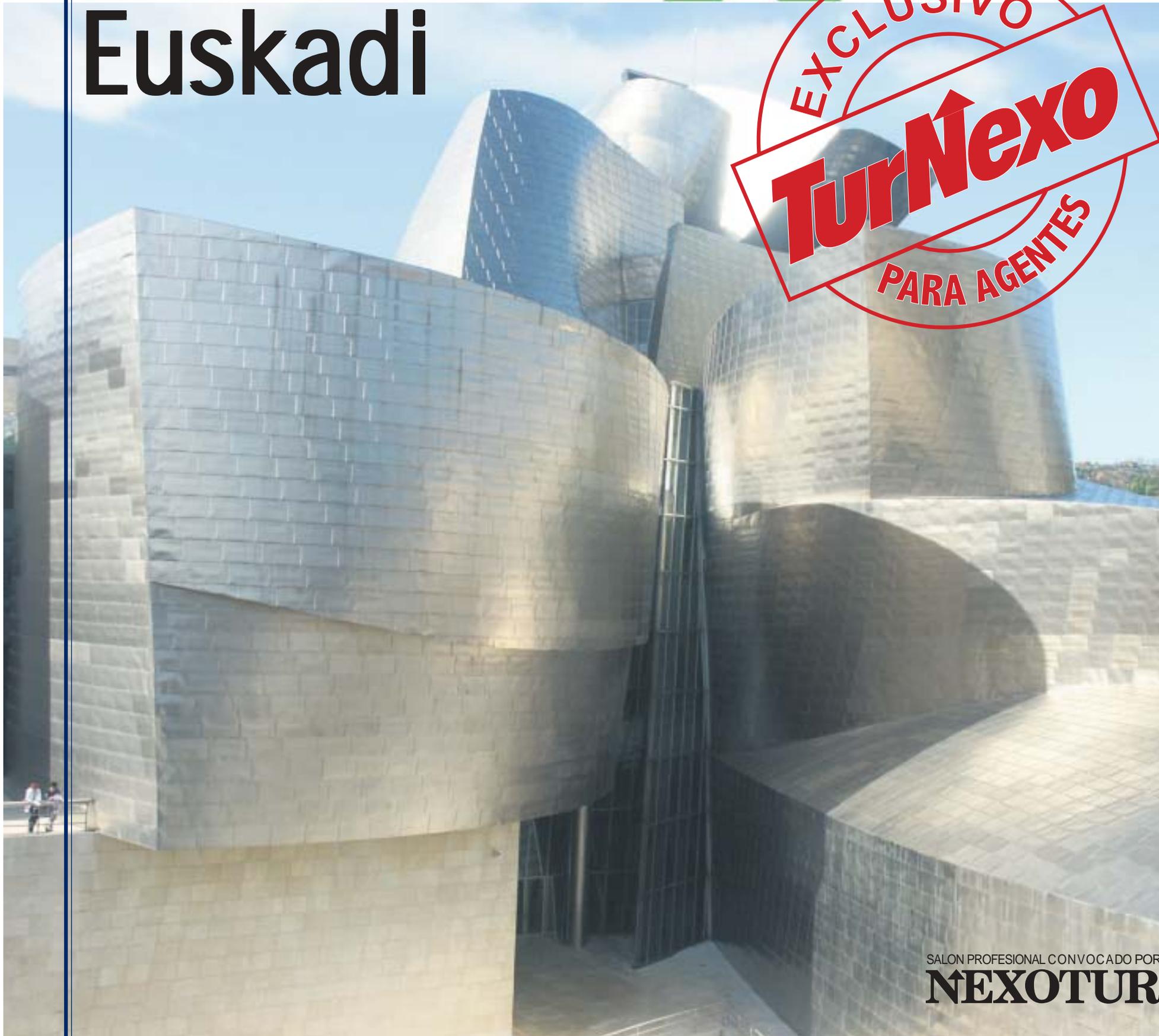
Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

100% Agentes

# Turnexo

## Euskadi



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

**Martes 24 de Abril**  
**Gran Hotel Domine Bilbao**

**Confirma asistencia:**  
 **[www.turnexo.com](http://www.turnexo.com)**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

## Iberia aplica un recargo en pagos con tarjeta de crédito

Desde el 16 de abril, Iberia aplicará un recargo para los pagos realizados con tarjetas de crédito. Según han confirmado fuentes de la aerolínea a NEXOTUR, este suplemente irá desde 4,5 euros en vuelos domésticos a 7,5 euros en conexiones internacionales. Asimismo, el recargo, del que quedarán exentas las tarjetas de débito y los pagos en efectivo, se impondrá en todos los canales de venta.

## El gasto por combustible crece casi 30.000 millones

Los gastos por combustible de las aerolíneas aumentarán en 29.975 millones de euros en 2012, en un escenario de precio medio del crudo de 134,3 dólares el barril. Según la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), este sobrecoste lastrará la rentabilidad del sector, que obtendrá unos beneficios de 2.273 millones, frente a los 6.000 millones de 2011.

## Fuerte impulso del Turismo de congresos en Toledo

"Los congresos han aumentado en Toledo, así como el peso de los de carácter internacional y nacional, una buena señal", asegura el gerente del Toledo Convention Bureau, Javier Díaz. Lo atribuye a un valor diferencial que tiene Toledo, como ciudad pequeña o mediana, y es que conjuga tres factores: la proximidad de Barajas, las infraestructuras y el atractivo turístico-patrimonial.

## El Palacio de Málaga está ayudando 'a crear empleo'

El Ayuntamiento de Málaga ha defendido la gestión de Promálaga y del Palacio de Ferias y Congresos, sociedades con las que, según la concejala María del Mar Martín Rojo, "se ayuda "al tejido productivo a crear empleo o, al menos, a mantenerlo". Además, "se dinamiza económica y socialmente la ciudad". "No hay que verlo como un déficit del Ayuntamiento", ha destacado Martín Rojo.

# Se recorta casi un 30% el presupuesto para Turismo en 2012, y se centrará en mejorar la posición de España

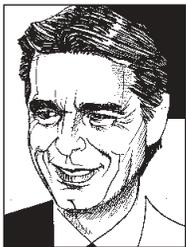
La dotación presupuestaria de este año para TurEspaña se ha reducido un 36% hasta los 97 millones de euros

El Gobierno destinará 438,20 millones de euros a la promoción turística en 2012, un 29,5% menos, con respecto a los 622,43 millones de euros presupuestados para 2011. El presupuesto se

destinará principalmente a mejorar la posición de España en el panorama turístico mundial. Por su parte, la inversión en aeropuertos y seguridad aérea contemplada para este año se sitúa en

los 1.025,91 millones de euros, lo que supone un descenso del 23% respecto a lo fijado en el presupuesto para 2011. Y las tasas aeroportuarias aumentan un 18,9%.

Los presupuestos para el Turismo español dentro de los Presupuestos Generales del Estado (PGE) se reducen casi un 30% este año, hasta los 438,20 millones de euros, frente a los 622,43 millones de 2011. Estos se destinarán principalmente a mejorar la posición de España en el Turismo internacional. Así, el recorte aplicado será de casi 185 millones de euros, por encima de lo ya anunció el ministro del ramo, José Manuel Soria, cuando hablaba de un ajuste de casi un 26%.



José Manuel Soria

Ya entonces, Soria indicó que el austero presupuesto no impediría que el Ejecutivo siga basando en el Turismo "una parte importante de la recuperación" y que la rehabilitación de destinos maduros contaría "con fondos" pese al recorte presupuestario. La partida del Sector para 2012, se engloba dentro de los 1.109,92 millones de euros destinados a política con el comercio, Turismo y pymes para este año, que el Gobierno recortará en un 22,5%. De ésta, 400,21 millones de euros corresponden al presupuesto no financiero y 709,71 millones de euros a activos financieros.

El Ejecutivo designará 318,24 millones de euros a la puesta en marcha de nuevas líneas ICO para la concesión de préstamos a empresas del Sector Turístico, cifra similar a los 300 millones de euros contemplados en el Plan FuturE de 2011. De esta cantidad, 41,24 millones de euros se dirigirán a jóvenes emprendedores del Sector y dos millones de euros se pondrán a disposición de las empresas turísticas de la isla de El Hierro, perjudicadas por la erupción volcánica submarina en octubre de 2011.

### Nuevas líneas ICO

Para mantener la posición de liderazgo de España en el Sector Turístico mundial, el Ministerio se centrará en adaptar la demanda turística del producto 'sol y playa' a

los nuevos retos y tendencias e impulsar el desarrollo de nuevos productos y destinos. Asimismo, promoverá la recualificación integral de los destinos turísticos maduros, en colaboración con las entidades locales, mediante las ayudas al Fondo Financiero del Estado para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas (FOMIT), dotadas ya con 128 millones.

Por su parte, la dotación presupuestaria para el Instituto de Turismo de España, TurEspaña, se reduce un 36,3%, hasta los 97,88 millones de euros, frente a los 153,76 millones con los que contó en 2011. Con el objetivo de potenciar la marca del Turismo español, llevará a cabo un "completo y potente" plan de promoción, cuya partida no se concreta aún.

Finamente, Turismo fijará la estrategia y planificación de la red de Paradores de Turismo para realizar, a través de TurEspaña, las "inversiones necesarias" para crear una imagen de calidad y singularidad en la oferta hotelera del país. La cadena, que cuenta con un déficit de 100 millones de euros, no construirá más establecimientos, según ha señalado Soria, que matiza que se estudian fórmulas de gestión pública-privada.

### Presupuesto de AENA y Renfe

Renfe percibirá 848 millones de euros en 2012, un importe con el que el Estado cubrirá las cuantías que no abonó a la operadora en 2010 y 2011 y que le paga para sufragar las conexiones con carácter de servicio público que la compañía ferroviaria está obligada a prestar. Con todo, estas ayudas "tienen la finalidad de poner a disposición de los usuarios unos servicios de transporte a precios asequibles, inferiores a los necesarios para cubrir costes".

Por su parte, la inversión en aeropuertos y seguridad aérea contemplada para este año se sitúa en los 1.025,91 millones de euros, un 23% menos respecto a lo fijado en

el presupuesto para 2011. De ellos, la mayor parte se canalizará por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), con 1.015,83 millones, un monto que se centrará en "rentabilizar y poner en valor las infraestructuras ya realizadas", ha señalado la ministra de Fomento, Ana Pastor. Esta cifra supone un 17% menos respecto a lo ejecutado en el ejercicio anterior.

Además, según las cifras avanzadas por el PGE, AENA volverá a los beneficios en el ejercicio 2012 con unas ganancias de 4,5 millones de euros frente a las pérdidas de 26,2 millones en 2011. Esta recuperación de la rentabilidad se producirá en un entorno de mejora de los ingresos, ya que se prevé que facture este año 3.467 millones de euros, un 7,2% más con respecto al mismo periodo de 2011.

Además, se registrará un gasto de personal de 941 millones de euros, es decir un ahorro de más de 25 millones de euros con respecto



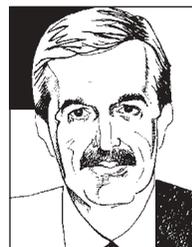
El Gobierno destinará 438,20 millones de euros a la promoción turística en 2012.

a las cuentas de 2011, con un gasto de 941 millones de euros. AENA restará de sus ingresos otras partidas como otros gastos (1.152,78 millones de euros), amortización del in-

movilizado (1.025,20 millones) y otras partidas (350,40 millones). A cierre del ejercicio de 2011, la deuda del gestor aeroportuario alcanzó los 14.942 millones de euros.

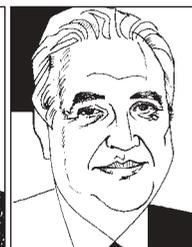
## Se incrementan cerca de un 19% este año las tasas aeroportuarias

Los Presupuestos Generales del Estado contemplan un incremento de las tasas aeroportuarias del 18,9% de media durante 2012 en el con-



Manuel López

junto de la red de Aena Aeropuertos, según se desprende del PGE, un incremento que se verá compensado por la rebaja del 7,5% aplicada sobre la tarifa de ruta de navegación aérea. En Madrid-Barajas la tarifa unitaria de aterrizaje será de 7,73 euros y de 3,24 euros por servicios de tránsito y en Barcelona-El Prat se situará en 6,81 euros la de aterrizaje y en 3,22 euros la de servicios de tránsito.



Pablo Olmeda

"agravará" la situación del sector. En un comunicado conjunto, la Asociación de Compañías Españolas de Transporte Aéreo (ACETA) y la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) han mostrado su "desacuerdo" con el incremento planteado que supondrá una subida media del 18,9% de las tasas en los aeropuertos de la red de Aena.

Asimismo, han denunciado que en el caso de los aeropuertos de

Ante estos incrementos, las principales asociaciones de aerolíneas han mostrado su "preocupación", asegurando que se trata de una medida que

Madrid y Barcelona supondrá un incremento cercano al 50%, subida que se suma a la ya aplicada en los dos aeropuertos en 2011. Al respecto, consideran que estas subidas "tan importantes" en un entorno de "débil demanda y con precios récord del combustible, agravarán la situación de las compañías aéreas y no contribuirán a facilitar los desplazamientos turísticos cuando es, precisamente este sector, uno de los que ha sido capaz de mantener, pese a la crisis, su contribución al PIB y crear empleo".

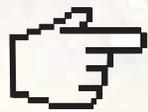
Por otro lado, valoran positivamente el compromiso de la ministra de Fomento de que solo se efectuarán inversiones en materia aeroportuaria que tengan "una viabilidad económica clara y una demanda que las justifique", opinión compartida por las compañías aéreas.

100% Agentes

# Turnexo

## Valencia

Confirma asistencia:



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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 26 de Abril  
Hotel Ayre Astoria

**Nexo**public  
CONSULTING

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

## Lopesan informa sobre sus hoteles en Internet



La nueva versión de la *web* de Lopesan ofrece, con un diseño y una estructura

adecuados, información de sus hoteles y gestión de reservas de estancias y 'paquetes' de vuelo más hotel, aunque ya no contempla la reserva desde agencias.

## Renfe facilita la reserva a las agencias en la Red



Renfe presenta una nueva versión de su *web* en la que, con un diseño muy

mejorado, incluye la reserva de viajes de varios trayectos, 'paquetes' y otros servicios turísticos y ha añadido un área dedicada a la gestión desde las agencias.

## Cartagena presenta su Turismo cultural 'online'



La página en Internet de Cartagena Puerto de Culturas integra la historia

y el presente de la ciudad en un completo conjunto de información para el viajero, incluyendo sus hoteles y restaurantes, aunque sin incluir la gestión de reservas.

## Eventos en Barcelona en el Palacio de Congresos



El Palacio de Congresos de Cataluña presenta una página *web* bien

diseñada que ofrece una completa información de sus espacios y la descripción general de los servicios que ofrece a los OPC, pero no incluye sus tarifas en ambos casos.

## Sabre facilita el acceso a los hoteles de Hotel.info

Hotel.info estará conectado al sistema de distribución Sabre. Este acuerdo permitirá a las agencias de viajes tener acceso a los hoteles de la *web*. En su fase inicial solo estarán disponibles 6.000 establecimientos, aunque se irá aumentando el número.

Según detalla el director de *marketing* de productos para hoteles de Sabre, John Carlile, "gracias a esta colaboración hemos ampliado el contenido de hoteles para las agencias de viajes". "De esta forma, ponemos a disposición de los viajeros un mayor número de ofertas hoteleras atractivas", explica.

Por su parte, la gerente del 'portal', Warini Munshi, destaca las ventajas que supondrá esta colaboración para las agencias, como por ejemplo, "el valor añadido de Hoteles.info". Asimismo, indica que "ahora podemos llegar a más clientes, sobre todo internacionales, que reservan su viaje a través de las agencias de viajes conectada a Sabre".

# Triping inicia su trayectoria en Internet con 70 agencias de viajes especializadas en España

Los responsables de la iniciativa prevén la inscripción de más de 200.000 viajeros en su primer año

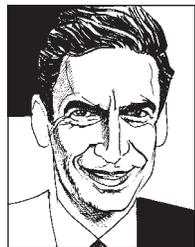
**Triping, conocido como "el primer market place online de viajes especializados", según sus creadores, se ha hecho público recientemente**

**con más de 70 agencias de viajes especializadas que ofrecerán más de 220 propuestas de viajes. Bajo el lema "adictos al viaje", el 'portal'**

**reúne escapadas singulares y exclusivas, desde recorrer Argentina a caballo a hacer senderismo por Bulgaria y Eslovaquia.**

Un grupo de 12 emprendedores pertenecientes a la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (UCAVE) ha creado Triping, "el primer market place online de viajes especializados", cuyo objetivo es cubrir un área de mercado nueva: el viaje singular o con características especiales, aseguran. Como adelantaba NEXOTUR en enero, sus creadores esperaban aglutinar la oferta de más de 50 agencias en los próximos dos años, pero a la hora de su lanzamiento al público estas expectativas ya se habían superado alcanzando más de 70 agencias especializadas.

Algunas de ellas cuentan con una trayectoria de más de 20 años de antigüedad, como Banoa, Bidon 5, Kananga, Taranná, Tuareg, Orixá o Club Marco Polo, entre otras, que ofrecen



Rafael Serra

en Triping más de 220 propuestas de viajes singulares y diferenciados. Las agencias de viajes asociadas al 'portal' deben acreditar un mínimo de tres años de actividad y garantías en cuanto a calidad y experiencia, además de ser creadoras de producto propio, "fruto de años de conocimiento y especialización", según los responsables de la iniciativa.

Entre las ventajas para las agencias que operen con Triping está llegar a muchos más clientes potenciales al poder comercializar los viajes en cualquier lugar, beneficiarse de la publicidad, comunicación y difusión del 'portal' y de una mejora de contenidos y proyección de la información aportada por los agentes que participen. Las agencias no pagarán comisiones de intermediación.

Para los viajeros, explican los creadores del 'portal', los beneficios son, entre otros, tener un solo lugar para encontrar toda la oferta de viajes, la especialización y conocimiento de los programas de viaje, la garantía de la calidad y seguridad de los ofertantes y la posibilidad de recibir información personalizada y contactar con la agencia de forma directa al final del proceso. El viajero tendrá acceso gratuito a los servicios de la página *web*.

### Experiencias peculiares

La *web* ofrece la posibilidad de pertenecer al Club Triping, que pretende establecer una relación más allá de la compra-venta entre las agencias y sus clientes. Lo hace de manera virtual, a través del 'portal' [www.tripping.com](http://www.tripping.com), *newsletters* y redes sociales, y también presencialmente, gracias a presentaciones en diferentes ciudades

españolas como Barcelona, Madrid, Valencia, Bilbao y Sevilla, explican sus responsables.

En cuanto a la oferta de Triping, especializada en viajes singulares, se encuentran propuestas que incluyen experiencias como recorrer Argentina a caballo, safaris con camiones en África, senderismo en Bulgaria y Eslovaquia, rutas arqueológicas, viajes en globo sobre el desierto de Merzouga, expediciones al Himalaya o viajes a la Antártida, entre otras. Así, las previsiones apuntan que sean 200.000 los viajeros que se inscriban en Triping durante su primer año de funcionamiento. "La oferta es muy especializada ya que se trata de productos propios diseñados por agentes que han visitado el terreno de primera mano y son capaces de ofrecer la mejor propuesta y los mejores consejos de viaje", explican sus responsables.

## HomeAway adquiere el 'portal' de TopRural e incorpora su inventario

Tras una operación de 14 millones de euros, la 'web' operará de forma independiente

HomeAway ha comprado Toprural, 'portal' de reservas que aglutina el 60% de la oferta de establecimientos rurales en el sur de Europa. Así, la empresa norteamericana de alquiler vacacional consolida su presencia en España incorporando nuevos alojamientos rurales a su inventario.

"La adquisición de Toprural amplía el alcance y consolida el liderazgo de HomeAway en el mercado europeo", ha destacado la compañía, que no ha precisado el monto de la transacción realizada en efectiva. Con ésta adquisición añade el inventario de alojamientos rurales para aquellos que quieren escaparse de las grandes ciudades.

Toprural, que cuenta con 46 personas en plantilla, seguirá operando como marca independiente desde la sede de Madrid. El único cambio inmediato en su estructura es el nombramiento de Rafael Pérez-

Olivares Hoepfl, como nuevo director general, en sustitución de François Derbaix, que seguirá ligado a la compañía como consultor durante la transición. La *web*, [toprural.com](http://toprural.com), incorpora alquileres de Bed and Breakfasts y alquileres vacacionales, que complementan el negocio principal de HomeAway.

### Casi 30.000 alojamientos

A 31 de diciembre de 2011, Toprural tenía más de 11.600 alojamientos de pago y 29.900 gratuitos en zonas rurales de España, Francia, Italia y Portugal. El consejero delegado de HomeAway, Brian Sharples, destacó que "la llegada de los alojamientos de Toprural a su oferta refuerza nuestra su misión de hacer que cada vivienda vacacional y cada alquiler de habitaciones en el mundo esté fácilmente disponible para



Su fundador, François Derbaix, seguirá como asesor.

cada viajero". Fundada en Madrid en 2000 por François Derbaix, Toprural opera en ocho idiomas (español, inglés, francés, alemán, portugués, catalán, italiano y holandés), y ofrece alojamientos que van desde casas rurales en la Toscana a fincas en Mallorca.



Se amplía el acceso de la franquicia al inventario de Amadeus a más países.

## Uniglobe renueva con Amadeus para impulsar su crecimiento

Amadeus ha renovado su contrato con Uniglobe Travel durante cinco años más. De esta manera, suministrará sus servicios de distribución de contenido y soluciones tecnológicas en varios mercados en Europa, África, Latinoamérica y Asia-Pacífico.

Esta renovación ampliará el acceso de la franquicia de agencias de viajes al inventario de Amadeus con el objetivo de impulsar el crecimiento de las reser-

vas de la red de forma orgánica y a escala internacional abarcando países como India, Bélgica, Reino Unido, los Países Bajos, Austria, Alemania, Italia, Kenia, México o Sudáfrica. Así, ambas seguirán trabajando conjuntamente en el marco de una alianza tecnológica estratégica a largo plazo para ofrecer servicios de viajes especializados a empresas de tamaño medio en el segmento business y a viajeros vacacionales.

## Embarque

## Pasaporte deteriorado para viajar

**Pregunta.-** A un cliente la aerolínea le ha denegado el embarque al alegar que el pasaporte estaba deteriorado y que podía haber sido modificado, pues parecía tener pegamento. Se trata del mismo pasaporte que fue previamente enviado al consulado del país donde viajaba para la tramitación y obtención del visado, sin que su estado presentara problema alguno. Después de que la azafata de la compañía aérea le remitiera a la comisaría del aeropuerto para que le emitieran un pasaporte nuevo, mi cliente perdió el vuelo de ida de su viaje combinado. En la aerolínea le informaron de que podía viajar en el siguiente vuelo previsto para ese mismo día, siempre y cuando pagara el importe del billete, cosa que hizo. Aunque el resto del viaje fue perfecto, el cliente nos exige ahora responsabilidades. ¿Tiene nuestra mayorista alguna responsabilidad, cuando en nuestro condicionado se especifica que es responsabilidad del viajero todo lo relacionado con pasaportes y visados? ¿Y la minorista? ¿Podemos contactar con la aerolínea para que proceda a abonar la totalidad o parte del billete adquirido por el cliente, o/y el reembolso del no utilizado?

**Respuesta.-** Estamos ante un caso en el que ni la mayorista, ni la minorista, ni la aerolínea tienen responsabilidad alguna.

La mayorista no sería responsable en virtud de lo expuesto en la cláusula de sus Condiciones Generales: "El consumidor deberá obtener la documentación necesaria para realizar el viaje, incluido el pasaporte y los visados, y la referida a las formalidades necesarias. Todos los daños que pudieran derivarse de la falta de esa documentación serán de su cuenta". A esto se añadiría lo que dice la ley, que también atañe a la minorista. Según el artículo 162.2 a) del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios, ni la mayorista ni la minorista sería responsable de los daños sufridos por el consumidor, ya que el defecto de la ejecución del contrato es imputable

## Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

al propio consumidor, quien presentó un documento de identificación deteriorado. Por otra parte, la aerolínea tampoco sería responsable, pues en el Reglamento 261/2004, que establece normas sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque. Dicho Reglamento establece en su artículo 3.2 a) que para obtener la protección que dispensa, los pasajeros deben presentarse a facturación "en las condiciones requeridas", lo que viene entendiéndose que el pasajero deberá presentarse provisto de la documentación exigible en cada paso —pasaporte, documento nacional de identidad y visado— y en las condiciones de salud y estado físico adecuadas para embarcar.

Además, el propio reglamento define la "denegación de embarque" en su artículo 2 como la negativa a transportar pasajeros en un vuelo, pese a haberse presentado al embarque, "salvo que haya motivos razonables para denegar su embarque, tales como razones de salud o seguridad, o la presentación de documentos de viaje inadecuados".

Por lo tanto, la mayorista ni la minorista ni la aerolínea pueden ser responsables por la presentación del pasajero de un documento oficial deteriorado o inadecuado.

## Viajes negocios

### Seguros en viajes de negocios

**Pregunta.-** Hace unos años el turoperador donde trabajo comenzó a

organizar viajes de negocios. A pesar de la crisis, este nicho se ha mantenido e incluso desde el 2011 están aumentando las ventas. Me gustaría ofrecer el mejor servicio a estos clientes que salen con frecuencia fuera de su ciudad y de su país para trabajar, por eso necesito información sobre los seguros más convenientes para ellos.

**Respuesta.-** Según datos recientes, en España está aumentando el protagonismo del segmento de negocios entre las agencias, y esta tendencia alcista continuará en los próximos años, pues se ha demostrado que los viajes de negocios

siguen siendo importantes para obtener resultados profesionales, a pesar de los gastos que representan a las empresas y las facilidades que brindan nuevas tecnologías como las videoconferencias.

Ofrecer un seguro adaptado a la actividad de la empresa y sus empleados es una inversión segura para la compañía, porque, además de aumentar el grado de seguridad de los trabajadores mientras viajan, elimina ciertos gastos que de otra manera tendría que cubrir la empresa.

Dado que los ejecutivos y comerciales suelen tener una alta frecuencia de desplazamientos, lo ideal sería ofrecer un seguro de viaje anual que cubra al trabajador los viajes de negocio e incluso los de ocio. Intermundial cuenta con el producto Multitravel Plus, que cubre todos los viajes que se realicen durante el año, siempre que no superen los 60 días consecutivos. Cuenta con amplias coberturas de asistencia médica en viajes, gastos de cancelación y amplios capitales de equipajes, para que el viajero esté protegido de principio a fin del viaje.

Muchos de estos trabajadores que viajan con frecuencia tienen familias, y una de sus mayores preocupaciones es la posibilidad de sufrir un accidente. Pensando en ellos Intermundial ha creado el seguro

BodyGuard Bussines, que cubre las 24 horas del día durante todos los viajes que se realicen al año. Este seguro presenta la ventaja de proporcionar tranquilidad a las familias de quienes se desplazan con frecuencia, pues en caso de invalidez o fallecimiento accidental, les protegerá de las cargas económicas del asegurado (créditos, obligaciones, hipoteca, ...). Además, facilita un servicio de asesoramiento jurídico en el caso de que éste sufriera un accidente y también da cobertura en caso de sequestro de transporte colectivo.

Otro de los motivos de preocupación de los trabajadores que viajan son los costosos dispositivos móviles e informáticos que suelen llevar consigo, muchas veces aportados por la propia compañía para reforzar su seguridad y como material de trabajo. Teléfonos móviles, *smarthphones*, *lap tops*, ordenadores portátiles, proyectores, ... son susceptibles de robos. Este producto ofrece coberturas especiales para cubrir el robo de estos materiales.

Por último, debes tener en cuenta que un viajero de negocios cuenta con un tiempo muy limitado y cualquier contratiempo presentará un problema añadido, pues podrían perder la ocasión de celebrar una reunión muy esperada. El servicio Travelhelp les atenderá 24 horas 365 días al 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](http://www.intermundial.es)

 Intermundial  
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga  
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

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

# Most r a d o r

## TUI Royal Vacaciones incentiva la compra anticipada a Turquía

TUI Royal Vacaciones ofrece, durante toda la temporada de vuelos chárter y para favorecer la venta anticipada, descuentos de hasta un 20% a todas las reservas que se efectúan a Turquía desde el 1 de febrero. "Hemos querido motivar a nuestros clientes con precios muy competitivos en nuestros programas de siete y 14 noches con destino a Turquía", explica su directora, María Eugenia Barahona.

El período de salidas de vuelos abarca desde el 1 de mayo hasta el 30 de diciembre. De este modo, todos los domingos saldrán dos vuelos chárter, uno desde Madrid y otro desde Barcelona. Por su parte, "los lunes de julio y agosto, se ampliarán las salidas desde Bilbao y Va-



Dispone de varios programas.

lencia", explica la directora. Para Turquía la mayorista tiene varios programas estrella como 'Maravillas de Capadocia' o 'Turquía Mágica'.

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

## Volotea anuncia la apertura de dos bases más en junio en Ibiza y Nantes

Volará en total a 53 ciudades de 10 países europeos

La nueva aerolínea de los fundadores de Vueling, Volotea, tendrá su segunda y tercera base en Nantes e Ibiza a partir de junio. Desde la ciudad francesa volará hacia Valencia e Islas Baleares, con dos Boeing 717, que se sumarán a los tres aviones basados en el aeropuerto Marco Polo de Venecia, cuya actividad comienza el 5 de abril. Volotea conectará Nantes con Valencia, Ibiza, Mallorca y Menorca y lanza una nueva ruta Burdeos-Ibiza. La conexión directa entre Nantes y Valencia, con dos vuelos semanales, se une a la anunciada entre Alicante y Venecia y entre Valencia y

Venecia, que empezarán a partir del 25 de abril y 22 de junio, respectivamente.

La base de Ibiza ofrecerá 15 destinos: Asturias, Granada, Santander, Santiago de Compostela, Valladolid, Vigo, Zaragoza, Bari, Burdeos, Estrasburgo, Lille, Lisboa, Nantes, Palermo y Verona. La compañía aérea eleva así a 26 el número de destinos desde los aeropuertos baleares. Volotea ha señalado que todas estas rutas parten con un precio inicial de 29 euros por trayecto. La compañía aérea volará así a un total de 53 ciudades en 10 países europeos.

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



El precio inicial es de 29 euros.

## Seadream muestra todos los itinerarios de sus dos yates para la temporada 2012-2013

Caribe, Mediterráneo y Amazonas son las diferentes zonas en las que desarrolla sus programas

Seadream Yacht Club dispone de un catálogo para la actual temporada de 2012-2013 con todos los programas de sus dos yates para 112 huéspedes con categoría cinco estrellas y 'todo incluido'.

Para la temporada de 2012-2013, Seadream dispone de diferentes itinerarios para sus yates Seadream I y Seadream II por Caribe, Amazonas y Mediterráneo. Así, en este último, el Seadream I entre el 13 y 25 de octubre realizará un itinerario entre Atenas (Grecia) y Barcelona, pasando por Etna, Capri e Ischia (Italia), Corsica (Francia), Elba, Portovenere, San Remo (Italia), Monte Carlo (Mónaco), Port Vendres (Francia) y Costa Brava y Barcelona. Para

el puente de mayo, dispone de un circuito entre Málaga y Monte Carlo, haciendo escala en Cartagena, Palma de Mallorca, Port Vendres y San Tropez (Francia). Entre noviembre y abril, la naviera ofrece itinerarios por el Caribe visitando zonas como Barbados, San Juan o St. Thomas. El itinerario por el Amazonas lo realiza el Seadream II entre los meses de febrero y marzo.

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



Algunos de sus itinerarios transcurren por el Mediterráneo.

## VCT dispone de un catálogo para grupos a Extremadura

VCT Costas y Paisajes dispone de un catálogo de Extremadura especial para grupos en el que oferta circuitos culturales, de naturaleza, Turismo taurino y experiencias gastronómicas. En sus 24 páginas, la mayorista extremeña muestra diferentes programas con precio garantizado para un mínimo de 45 plazas y seguro de asistencia, cancelación de EUrop Assistance y precio por persona, en base habitación doble, con suplemento individual del 50% y descuento de tercera persona del 10%. Entre las empresas colaboradoras con VCT Costas y Paisajes se encuentran AHC Hoteles, Hotel Trip Medea, Hotel Acosta



Mérida es una de las propuestas.

y Euro Star Bus. Se pueden encontrar circuitos con precios entre los 50 euros de dos días y una noche 'Ruta de la Plata' y 346 euros 'Extremadura Turística' de siete días y seis noches.

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

## Hoteles Silken diseña el descanso perfecto para sus huéspedes

Hoteles Silken ha diseñado el programa 'Sueña con Nosotros', un innovador proyecto para mejorar la experiencia de descanso de sus huéspedes, destacan. El programa ofrece la nueva tecnología anti-estrés Relax.Art, que relaja el cuerpo y la mente antes de dormir y en sólo unos minutos; habitaciones con cartas de almohadas especiales; una guía con los mejores consejos para mejorar los hábitos a la hora de dormir; un menú para facilitar el descanso; y una completa carta de infusiones para acabar con el estrés y los trastornos de sueño. El programa Relax.Art puede disfrutarse en los Hoteles Silken Puerta América de



Habitación Silken.

Madrid, Silken Gran Domine de Bilbao, Silken Diagonal de Barcelona, Silken Al-Ándalus en Sevilla, y Silken Zentro y Reino de Aragón en Zaragoza.

✉ [www.hoteles-silken.com](http://www.hoteles-silken.com)

## Lufthansa lanza nuevo asiento en clase Business

Lufthansa ha presentado su nuevo asiento de Business Class, con una posición horizontal para el descanso. Tan solo pulsando un botón, este asiento se convierte en una confortable cama de 1,98 metros de largo, en respuesta a las peticiones de los pasajeros de la compañía alemana. El nuevo asiento destaca, según ha afirmado la aerolínea, por sus ajustes intuitivos, su espacio de almacenaje adicional o su sistema de entretenimiento mejorado. En unas semanas, cuando el nuevo Jumbo de Lufthansa, Boeing 747-8, comience a prestar servicio, los pasajeros tendrán la oportunidad de disfrutar por primera vez de las ventajas.

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

## Futuroscope se ve obligado a subir sus tarifas

Debido al anuncio de aumento del IVA francés (TVA), el parque Futuroscope ha anunciado que se ve obligado a subir el precio de algunas entradas. Esta subida será efectiva a partir del 7 de abril. el aumento es de un euro solamente en las entradas de adulto (de un día y dos días), y en las entradas de dos días de niño. Así, la entrada de un día de adulto es de 38 euros, y de dos días de 73, y la entrada de dos días de niño de 54 euros. El parque de Poitiers señala que el resto de precios se mantienen según lo publicado en su catálogo.

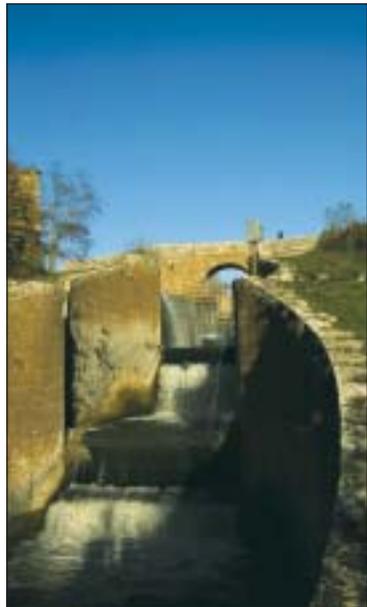
✉ <http://es.futuroscope.com/>

## Palencia Turismo ofrece itinerarios 'a la carta'

La Diputación de Palencia y el Ayuntamiento están dando forma a una iniciativa de Turismo 'a la carta' para que los asistentes a reuniones y congresos participen en una serie de itinerarios turísticos por la provincia. La idea es que estos visitantes cuenten con información útil con anterioridad para que organicen su estancia en la región. "Es creciente la demanda en la provincia de espacios para celebrar reuniones profesionales o de grupos de diversa índole, a través de cursos, jornadas, congresos o convenciones, y tanto la capital como la provincia deben aprovechar esta circunstancia", han subrayado desde la Diputación y el Ayuntamiento de Palencia.

La idea ha nacido al ver que la mayoría de los participantes en esta serie de congresos y citas profesionales tiene la necesidad de ocupar su tiempo libre, explican desde el Consistorio. "Desde Palencia Turismo se va a intentar llenar este vacío con una oferta de itinerarios por la capital y la provincia, dependiendo de las posibilidades y disponibilidad".

Algunas de las opciones planteadas por los responsables de Turismo son una ruta gastronómica, una visita guiada a la catedral, o al museo catedralicio, un recorrido nocturno por la ciudad, o acercarse al Cristo del



Surcar el Canal es una de las opciones.

Otero. Asimismo, han planteado rutas de un día o de un fin de semana para conocer la Villa romana la Olmeda, almorzar en uno de los restaurantes de la provincia, acercarse a conocer la Cueva de los Franceses, surcar el Canal en un barco, practicar senderismo por sus orillas, o detenerse en templos o en castillos.

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

## Una antigua aeronave de la Alemania comunista se convierte en hotel de lujo

La habitación de 200 metros de largo cuesta 350 euros para dos personas

El hotel Honecker es un alojamiento de cinco estrellas algo peculiar. La suite de 400 metros de largo se encuentra en un viejo avión ruso que perteneció a la Alema-

nia comunista. Un empresario holandés lo encontró en Harbke, pueblo del estado alemán de Sajonia-Anhalt, donde se ha llegado a utilizar como restaurante.

El empresario holandés Ben Thijssen ha convertido un viejo avión ruso, un Ilushin 18 de la década de los 60, que perteneció al ex presidente alemán Erich Honecker, en un hotel cinco estrellas al que ha llamado Hotel Honecker (Hotel Vliegtuigsuite en su versión holandesa). Gracias a este curioso establecimiento los turistas podrán disfrutar de una noche de avión sin despegar del suelo en una suite de 400 metros de largo. La cabina del piloto se mantiene intacta, por lo se puede pasar a verla en cualquier momento. El alojamiento tiene un precio de 350 euros la habitación doble para dos personas, aunque también está pensado como lugar de reuniones de unas 15 personas bajo petición expresa.

El empresario descubrió el avión en un pueblo llamado Harbke, en el estado alemán de Sajonia-Anhalt, donde se ha llegado a utilizar como restaurante. Thijssen invirtió unos 450.000



El empresario descubrió el avión en un pueblo llamado Harbke.

euros para reconvertir al avión que había comprado como chatarra por casi 19.000 euros.

El aparato está ubicado en una de las pistas del Aeropuerto Teuge, al este de Amsterdam, por lo que además de disfrutar de un curioso sitio para hospedarse, se podrá disfrutar de las vistas del aeropuerto viendo despegar y aterrizar a los

aviones, mientras los usuarios están alojados en el avión.

Otra de las ventajas de encontrarse situado en un aeropuerto es que se puede contratar varias actividades entre las que se encuentra un tour en avión o en helicóptero por la zona, la posibilidad de tomar unas clases de vuelo e incluso saltar en paracaídas.

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

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

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

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

### BOLETIN DE SUSCRIPCION NEXOTUR

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

D./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



## Club NEXOTUR

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

Hertz lanza una promoción especial con descuentos del 15% en fin de semana, 10% resto de semana, 5% internacional y 22% furgonetas. Esta promoción para España sobre tarifa promocional está dirigida

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

en exclusiva a los profesionales miembros del Club NEXOTUR. Mencione el código cp-534576. Más información y reservas puede llamar al número de teléfono 902 402 405 o entrar en la *web* [www.hertz.es](http://www.hertz.es).

## Fam Trip



Unos 130 agentes han conocido las posibilidades de la Costa Dorada.

## Agentes ucranianos conocen Tarragona

Los directores de 130 agencias de viajes de Natalie Tours de Ucrania han asistido entre el 10 y el 14 de abril al congreso del turoperador en la Costa Dorada de Tarragona. Durante el evento, el primero que realiza Natalie para el mercado ucraniano, los profesionales han tenido la oportunidad de conocer de primera mano las posibilidades que ofrece este destino.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 16 de abril

Fulgencia Pérez, Viajes TotmonTours, Cerdanyola del Vallés; Branka Bicanin, Viajes World Fortuni, Barcelona; Juan Manuel Moreno Villalba, Jasmine Tours, Benalmadena; Rosalía Martín López, Viajes Iberia, Córdoba; M<sup>a</sup> Amor de Prado Fernández, Viajes Mythos, Mieres; M<sup>a</sup> del Carmen Martínez, Viajes PortuBidaiak, Portugalete; Miguel A. Lozano, Viajes Moranchel, Madrid; Lola Menargues, Transvia Tours, Alicante; Cristina Galán, Viajes Playamontes Vacaciones, Ciudad Real; Maribel Bermejo, Viajes Badajoz, Badajoz; Carmen Aranda, Viajes Equus, Castellón; Rosa Carrascal Sotillos, Batman Tours, Madrid; Demetrio Moros Silva, Gavarum Viatges, Barcelona.

### 8 17 de abril

Josefina Díaz, Viajes Fina, Valencia; Isabel M. Andrades, Viajes Liriamar, Sevilla; Maite Chavarri, Viajes Navarra, Pamplona; Sebastián Ballester, Viajes Calvo, Mallorca; Igor Carrera, Viajes Med, Torremolinos; Juan Álvarez, Viajes Arcadia Tours, Málaga; M. José Albiñana, Zafiro Tours, Alfas del Pi.

### 8 18 de abril

M<sup>a</sup> Carmen Arnau, Europa Travel V., Valencia; M<sup>a</sup> Ángeles Estirado Caamiña, V. Ecuador, Madrid; Dolores Valle, V.

Narcea, Madrid; Francisco Manuel Maqueda, V. Merkur, Sevilla; Francisco Javier Moscoso, Punta Europa, Ceuta; Toni Saucedo, V. Don Benito, Don Benito; Juana Risquez, V. Jabalcuz, Jaén; Ignacio Benloch, V. Orange, Barcelona; Pedro Aguiar Armas, V. Famara Travel, ArrecifeLanzarote; Juan Diaz Timón, V. Massai, Gijón; Dolores Valle Montoya, V. HorTour, Madrid.

### 8 19 de abril

Vanesa Hurtado, V. Fomentur, Málaga; Román Miret Gómez de Escalónilla, V. Mercatravel, Barcelona; Modesto García, V. Merkur, Sevilla; Alberto Seijo, V. Almar, Lugo; Rosa González, V. Maragall, Mataró; Walter Cabrera, V. Kuntur, Madrid; Elena Corzo, V. Corzo, Roquetas de Mar; Manuel Escarceda, V. Coniltour, Conil de la Frontera; Susana Lázaro, Japan Travel Boureau, Madrid; Monica Jurado Sanchez, V. Viana, Torrox.

### 8 20 de abril

Javier Sala, V. Ecuador, Tudela; Francisco Bethencourt, V. Famara Travel, Arrecife; Severiano Bodas, V. Sin Límite, Leganés; José Luis Sierra López, V. Ecuador, Madrid; Pilar Baena, Azimut Travel, Alcobendas; Santiago Vallejo, V. Talgo, Madrid; Pedro Pablo Llave, V. El Prado, Talavera de la Reina; José Mayans, V. Islamar,

San Francisco Javier; Andrés García, V. Isol, Madrid; Nieves Morán, Congres S. XXI, Madrid.

### 8 21 de abril

Mikel Jáuregui, V. Aguirre, Vitoria; Fernando López Torres, V. Zanzibar, Zaragoza; Mikel Jauregui, V. Artaza, Vitoria; Maki Osada, V. Frontia, Madrid; Manuel Pradas, V. Ilipe Magna, Alcalá del Río; Jacob Cohen, Touráfrica, Algeciras; Julia Escibá, V. Intermars, Almansa; Santiago Paz Fernández, V. Hemisferios, Lugo; María Arnedillo, V. Arnedillo, Bilbao; Paloma Moranchel, V. Moranchel, Madrid; Rosa García, V. Massai, Gijón; Isabel Rodríguez, V. Belteguese, Madrid; José Ignacio Eusebio, V. Lunatours, Madrid; Montse Roige, Viatges Massai, Lleida; Jordi Vidaña González, Viatges Avui, Terrassa; Eva Suárez, V. ITC, Madrid; Weili Chen, V. Gran China, Madrid; Ana Fernández Artes, V. El Corte Inglés, Barcelona.

### 8 22 de abril

Umberto Zacche Maragni, V. Monsol, Laguna de Duero; Angel Martín Gutiérrez, V. Benamar, Torremolinos; Elisa Lopez Costa, V. Juan Rico, Stgo. Compostela; Juan Pedro Llanes Paz, V. Mencey, La Laguna; Silvia Fuentes, V. Axta, Bilbao; Francisco Consuegra Centeno, Expansión Travel, Madrid.

# Especialistas en Agencias de Viajes



## Asesoría Turística

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

## Subvenciones

## Servicios Jurídicos

Augusto Figuerola, 39-1<sup>o</sup>  
28004 Madrid

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

# Hot el er ia

## La ocupación hotelera esta Semana Santa se ha situado en el 70%, diez puntos menos que en 2011

Solo Canarias y Barcelona han superado el 80% previsto por el sector hotelero para estas vacaciones

El sector hotelero español ha experimentado en Semana Santa un descenso en la ocupación media, como se desprende de los datos recogidos

por CEHAT. Como explica su presidente, este descenso se debe entre otros factores a la compra de última hora motivada por la mala climatología ya anunciada y, sobre todo, a "la fuerte caída del consumo, que se está notando en la compra de vacaciones por parte de los españoles".

La tasa media de ocupación hotelera durante esta Semana Santa ha alcanzado el 70%, entre ocho y diez puntos porcentuales menos que el previsto por los hoteleros para este año y por debajo del nivel registrado en 2011, según los datos de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Este descenso se debe entre otros factores a la compra de última hora motivada por la mala climatología ya anunciada y, sobre todo, a "la fuerte caída del consumo, que se está notando en la compra de vacaciones por parte de los españoles", ha explicado el presidente de la patronal hotelera, Juan Molas.

No obstante, el comportamiento en plazas hoteleras ha sido "muy desigual" dependiendo de las zonas, con mejores cifras para Canarias, que en términos generales ha superado el 80% de ocupación, sobre todo en Lanzarote, sur de Tenerife y Gran Canaria. También Barcelona ha mostrado una ocupación cercana al 85%, frente a zonas como Sevilla, Granada

y Córdoba, destinos tradicionales en Semana Santa, donde la ocupación ha oscilado entre el 72% y el 73%, y zonas como Costa del Sol y Costa Brava, donde no ha llegado al 70%.

En aquellas zonas donde incide el mercado europeo —destinos de turistas británicos, alemanes, franceses e italianos—, las expectativas se han cumplido conforme a la temporada pasada. En cambio, en los destinos más demandados por los españoles en Semana Santa no se ha alcanzado los niveles previstos por el sector.

### Turismo nacional

Tras analizar estos datos, Molas ha subrayado que el crecimiento de la entrada de turistas extranjeros contrasta con "una menor demanda del Turismo nacional", que preocupa al sector de cara al verano, como revelan los últimos datos del primer trimestre y de abril. El presidente de CEHAT confía en que esta situación "no se prolongue para el verano", pero reconoce que el estancamiento



En zonas costeras como Costa del Sol y Costa Brava no han llegado al 70%.

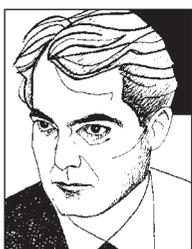
de la demanda nacional, que supone el 50% de la actividad turística española, se vigila con "preocupación" desde el sector hotelero.

Como recetas para contrarrestar este freno, Molas demanda "ser imaginativos" y "acciones de promociones internas". Para ello, reclama la actuación del Gobierno como catalizador junto a las Comunidades

autónomas en un plan "importante" y "necesario" de promoción interna. "Convencer a los españoles de que el mejor sitio para pasar las vacaciones este año es España, provocaría un efecto llamada y de dominio en la economía muy importante", apunta el presidente de la confederación, para añadir que debería efectuarse de "forma inmediata".

## Sebastián Escarrer no renovará como vicepresidente de Meliá Hotels

Sebastián Escarrer Jaume ha decidido no renovar su mandato como vicepresidente de Meliá Hotels International, que vence en la junta de accionistas del 5 de junio. Aún así, seguirá formando parte del consejo de administración de la cadena, que reconoció su "extraordinaria" contribución al proyecto Meliá.



Sebastián Escarrer

El grupo hotelero ha destacado que, a lo largo de sus 19 años como ejecutivo de la multinacional, Escarrer ha liderado la refinanciación del Grupo Sol, su transformación en Sol Meliá y la "exitosa" salida a Bolsa de la compañía en 1996. También ha protagonizado diferentes "procesos clave" para el crecimiento y el fortalecimiento de la compañía, como la diversificación del negocio y la creación e incorporación de nuevas marcas.

El presidente ejecutivo y fundador, Gabriel Escarrer Juliá, que permanece en activo, ha calificado de "excepcional" la contribución de Escarrer a la creación de valor y al fortalecimiento de la compañía hotelera durante estos casi 20 años "de absoluta dedicación". Además, respetó a su decisión, que "se produce en un momen-

to en el que la compañía hotelera se encuentra en una posición inmejorable para llevar adelante su plan estratégico, que le permitirá seguir fortaleciéndose y acometer un nuevo ciclo de crecimiento". Sebastián Escarrer, por su parte, ha declarado sentirse muy satisfecho con la etapa profesional que ahora culmina en Meliá. "Ahora que la compañía está fuerte y consolidada quiero canalizar mi esfuerzo y mi energía a combatir la actual crisis social y de valores", apunta. "Tomo esta decisión en el momento adecuado para mí, para mi propia familia y para la empresa", señala.

### Relaciones institucionales

En los últimos años, desde el Gabinete Institucional y de Diplomacia Corporativa, Sebastián Escarrer ha mantenido una "intensa actividad, posicionándose como referente de prestigio internacional en el sector turístico, en la ética empresarial, la educación y la responsabilidad social". Meliá ha indicado que en estos ámbitos seguirá desarrollando su carrera profesional.

## Los Presupuestos estiman que Paradores perderá un 23% menos

Paradores registrará en 2012 pérdidas por valor de 25,5 millones de euros, un 23,1% menos que los números rojos de 33,2 millones de euros del ejercicio 2011, según figura en el Proyecto de Presupuestos Generales del Estado (PGE), presentado por

el Gobierno. Según estas mismas estimaciones, la empresa presidida por Ángeles Alarcó generará en 2012 unas ventas de 235,1 millones de euros, un 0,5% menos que en el año anterior, cuando facturó 233,8 millones de euros. En 2012, la partida de gasto principal serán los gastos de personal, por valor de 129,5 millones de euros, por delante de otros gastos de explotación por valor de 65,8 millones de euros.

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ya había adelantado que la cadena pública hotelera se encontraba en una situación difícil y ha cuantificado en 110 millones el agujero de déficit que se encontró en la compañía cuando asumió la cartera ministerial. Soria ha



Ángeles Alarcó

anticipado que podría aplicar en el futuro iniciativas de gestión público-privadas para mejorar la gestión de la cadena hotelera. Según anunció ya Soria en el Senado, el número actual de paradores con pérdidas en el último ejercicio asciende a 23,

lo que representa un 25% del total. Es por ello que el responsable de la cartera de Turismo del Gobierno ya matizó que Paradores no construirá por el momento nuevos establecimientos, aunque se ha comprometido a concluir la construcción de los que han sido iniciados, entre ellos el de Muxía y el de Molina de Aragón.

No obstante, Soria no ofreció indicaciones acerca del momento en el que se podrán reiniciar las obras y aseguró que la prioridad son "las nóminas" de la sociedad, cuya gestión de los últimos años ha criticado. Su departamento, asegura, trabaja en un "plan de choque de gastos y austeridad" para Paradores después de haber detectado que no se ha producido un "debido control de gastos".

### Producto

Eurostars operará el BD Bacatá, un hotel de lujo en Bogotá que abre en 2014

El Grupo Hotusa, de la mano de su cadena hotelera, Eurostars Hotels, será el operador de un hotel de lujo aún en construcción bajo el nombre de BD Bacatá, situado en Bogotá (Colombia). Ubicado en una torre, con 66 pisos, de los cuales 40 pertenecen al futuro establecimiento, abrirá en 2014. Bajo una categoría de cinco estrellas, este hotel cuenta con 323 habitaciones (19 suites) y una superficie de más de 3.000 metros cuadrados para eventos.

### Sandos Hotels estrena el Cancún Luxury Experience Resort, de 214 habitaciones

Sandos Hotels & Resorts ha inaugurado el 1 de marzo el Sandos Cancún Luxury Experience Resort, antiguo hotel Le Meridien, que dispondrá de 214 habitaciones, tres piscinas, cuatro restaurantes y un spa con 13 cabinas. Entre las innovaciones del nuevo complejo de cinco estrellas en México, está el restaurante Seasons, con una calificación de cuatro diamantes. El spa fusionará técnicas modernas con la sabiduría ancestral.

### La cadena Bed4U abre un hotel en Pamplona, que se suma al de Tudela

Bed4U ha inaugurado un nuevo hotel en Pamplona (Navarra), Bed4U Pamplona, que se suma al que ya posee en Tudela; un proyecto que se enmarca dentro del plan de expansión de esta hotelera promovida por Grupo Nam y que ha contado con una inversión de 2,5 millones de euros. Con un total de 75 habitaciones, está situado a pocos minutos del centro de la ciudad y del aeropuerto. Creado con la filosofía *smart cost*, estos hoteles están contruidos con un diseño moderno, funcional y de calidad.

### Leche Pascual asesora a Rusticae para ofrecer desayunos según el cliente

El Grupo Leche Pascual ha comenzado una colaboración con los hoteles Rusticae para diseñar nuevos modelos de desayunos saludables que podrán incorporar a su oferta los establecimientos de esta enseña. Leche Pascual ha perfilado siete desayunos como por ejemplo "De la tierra", "Ligero" o "Para Necesidades Especiales".

# El precio medio de los hoteles españoles fue de 83 euros en 2011, un 1% menos que en 2010

Con 122 euros por noche de media, San Sebastián es la ciudad con el precio más alto, seguida de Marbella e Ibiza

**El precio medio pagado por habitación/noche en los hoteles españoles en 2011 cayó a 83 euros de media, un 1% menos en su tasa interanual.**

**En cambio, fuera de nuestras fronteras ha experimentado un crecimiento del 4%, según Hoteles.com. El mayor incremento del precio**

**medio se ha dado en Ibiza, con un 19% más en sus tarifas, situándose como segundo destino de mundo con mayor tasa de crecimiento.**

En 2011, el precio medio de una habitación por noche en nuestro país ha caído un 1%, con 83 euros, según Hoteles.com. Por su parte, la tendencia en el resto del mundo ha sido positiva, con un incremento global del 4%. Las ciudades con los precios hoteleros más altos son San Sebastián (122 euros), seguida de Marbella (117 euros) e Ibiza (108 euros). En el lado opuesto se encuentran Ávila (60 euros), Murcia (55 euros) y el Puerto de la Cruz en Tenerife (48 euros).

En los últimos cuatro años, el precio medio de los establecimientos hoteleros en España ha descendido hasta lograr "estabilizarse" a través de "fuertes estrategias de precios" que han llevado a que muchas ciudades los rebajen hasta en un 4%, como es el caso de Madrid (82 euros). Siguen esta línea de descensos Sevilla, Valencia, Bilbao o Santiago de Compostela con bajadas de entre el

3% y el 9%, siendo el caso más llamativo el de Santiago de Compostela, que cae 9% hasta 69 euros.

Este hecho no se ha dado en todas las ciudades españolas, ya que muchas se han beneficiado por el "golpe de efecto" de la Primavera Árabe, que ha impulsado el Turismo a las Islas Baleares y Canarias o la Costa Blanca. Así, Ibiza ha incrementado un 19% sus tarifas, siendo el segundo destino del mundo que más crece.

Otras de las ciudades que se suman a esta subida tarifaria son Palma de Mallorca (11%), Benidorm (6%) y Barcelona (5%), con una demanda superior gracias a los eventos empresariales como el World Mobile Congress. En el caso de Cataluña, esta tendencia se ha extendido a localidades anexas con precios más bajos como L'Hospitalet de Llobregat, donde la demanda aumentó en un 11%. Los hoteles en el



Los precios se mantienen por debajo de la media europea.

norte de España también han subido sus precios por habitación/noche en 2011, "lo que refleja el buen estado del sector en esta zona". Según este estudio, el País Vasco es

la Comunidad con mayor demanda con San Sebastián a la cabeza, ya que es la ciudad más cara con una subida de sus precios en un 4% (122 euros por habitación/noche).

## Los hoteleros consideran 'abusivas' las tarifas por poner una televisión en las habitaciones

CEHAT ganó recientemente una resolución que multa a una entidad de gestión

**La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha tildado de "abusivas e injustas" las tarifas que han de pagar los establecimientos hotele-**

**ros a los productores audiovisuales por contar con televisiones en sus habitaciones. De hecho, la confederación ha ganado recientemente una resolución en este aspecto.**

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha tildado de "abusivas e injustas" las tarifas que han de pagar los establecimientos hoteleros a los productores audiovisuales por contar con televisiones en sus habitaciones. La confederación ha criticado que en España se pagan unas tarifas "mucho más altas" que las que se cobran en los "pocos países de Europa" donde está reconocido este derecho de propiedad intelectual.

"Sirva de ejemplo Estados Unidos, donde existe una disposición por la que en los hoteles no tienen que hacer ningún pago por las televisiones que emiten canales en abierto", ha asegurado CEHAT en un comunicado. De hecho, el 2 de marzo, como resultado de una denuncia presentada por la confederación, la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha multado a la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores (Egeda) con 478.515 euros al considerar que había establecido tarifas abusivas a los establecimientos hoteleros.

Además, la CNC consideró como agravante la reincidencia de esta entidad de gestión de derechos, que ya fue sancionada por prácticas similares por el Tribunal de Defensa de la Competencia en 2000. "La reciente



Ramón Estalella

multa impuesta a Egeda subraya la necesidad urgente de una reforma de la Ley de Propiedad Intelectual para reducir el abusivo poder que actualmente ejercen estas entidades de gestión", insiste CEHAT.

Por su parte, Egeda ha interpuesto recientemente ante la Audiencia Nacional un recurso contencioso administrativo por la resolución de la CNC, tras negar que exista abuso de posición de dominio y ratificar que ha actuado "según la legislación vigente".

### Una tarifa general

El expediente incoado a Egeda hace referencia a "prácticas de abuso de posición de dominio contrarias a los artículos 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) en el mercado de otorgamiento de autorizaciones y de remuneración de los productores audiovisuales por los establecimientos hoteleros por actos de comunicación pública en las habitaciones de los huéspedes". En particular, en 2005 Egeda estableció, con vigencia desde 2004, una tarifa general de carácter mensual para la comunicación pública en las habitaciones de los hoteles, en función de la cate-

goría. La cantidad mensual a pagar por un hotel determinado se obtendría de multiplicar la tarifa según categoría por el número de plazas del hotel. Esta tarifa general fue comunicada al Ministerio de Cultura, tal como dispone la Ley de Propiedad Intelectual.

### Resolución de CNC

En su Resolución de 2 de marzo de 2012 el Consejo de la CNC considera que la decisión de Egeda de cobrar un precio en función de la plazas disponibles del hotel y de no utilizar en la tarifa general (hasta 2011) la información de la que disponía sobre ocupación hotelera (y, por tanto, sobre usuarios potenciales) para aproximar el precio que representa la tarifa general al uso del derecho, debe considerarse abusivo por inequitativo, dado que no tienen en cuenta la intensidad ni el valor del uso de los derechos.

CNC considera además que la desproporción existente entre las tarifas generales y las tarifas pactadas por Egeda en sus acuerdos con distintas asociaciones de hoteleros o contratos con hoteleros individuales, que no está justificada objetivamente, muestra una estrategia abusiva, mediante la cual, al fijar unilateralmente un precio base desproporcionado, que de acuerdo con la Ley será suplementario en caso de incumplimiento, distorsiona la obligada negociación.

## El ITH ejecuta tres de los 13 proyectos de las AEI, de TurEspana

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha finalizado la fase de ejecución de tres de los 13 proyectos relacionados con la innovación en el Sector Turístico y que han contado con la financiación para las Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI), que concede Turismo y gestiona Segittur. En 2011 se presentaron en total 38 proyectos, coordinados por 12 AEI, con un importe total de 3,22 millones de euros y una ayuda solicitada de más de dos millones de euros. El presupuesto finalmente aprobado ascendía a 794.814 euros, el 25% del total presentado, siendo la ayuda final concedida de 399.572 euros.

Los proyectos abarcaban diversas áreas, desde la gestión de la pyme turística hasta el análisis de la competencia; proyectos relacionados con la sostenibilidad y el medioambiente, así como otros dirigidos a toda la cadena de valor del sector, incluyendo alojamientos y restauración. Gracias a este programa, el ITH desarrolló tres iniciativas de innovación para el Sector Turístico: la Agenda Estratégica Anual de I+D+i de la plataforma Tecnológica de Turismo Thinktur; la plataforma de gestión documental sin papeles para el área operativa de los hoteles, eDocAssistant; y la herramienta Mystery Guest, que permite contrastar el grado de satisfacción de los clientes y sus expectativas previas.

## Producto

**Accor abre su hotel 150 en Brasil y prevé llegar a los 250 en el año 2015**

Accor ha inaugurado su hotel 150 en Brasil, el Novotel Porto Alegre Aeropuerto, tras estar presente en este mercado desde hace 34 años. Con 80 proyectos en marcha y tres importantes contratos para estos 25 Ibis Budget, Accor podría contar con una cartera de 250 hoteles en Brasil para el 2015. El Novotel Porto Alegre Aeropuerto es el undécimo establecimiento en régimen de franquicia que posee la marca Novotel en Brasil junto con su partner Atrio Hotéis y la constructora Prisma Engenharia.

## Barceló inaugura su tercer establecimiento en la República Checa

Barceló Hotels and Resorts ha abierto el Barceló Brno Palace, el tercer hotel que incorpora en la República Checa y el primero que abre en la ciudad de Brno. Este proyecto que ha supuesto una inversión de 22 millones de euros, es un cuatro estrellas y 119 habitaciones, comercializado bajo la marca Barceló Premium. Está ubicado en pleno centro histórico y comercial de la ciudad, junto a la Catedral de San Pedro y San Pablo. El hotel ha sido dotado con cinco salas de reuniones con conexión gratuita a Internet wifi.

## Sheraton invierte más de 75 millones de euros en renovar más de 120 salas

Sheraton Hotels & Resorts ha invertido más de 75,6 millones de euros en mejorar más de 120 salas de negocios ubicadas en sus establecimientos hoteleros y premia a sus clientes con bonos para que disfruten de ellas, según ha anunciado recientemente la división hotelera de Starwood Hotels & Resorts. Destinado a los clientes de negocios, la hotelera premia a los miembros de Starwood Preferred Guest (SPG) con una semana de acceso gratuito a los salones Sheraton Club Lounge, que abren los siete días de la semana durante las 24 horas del día.

## Dos hoteles Novotel españoles han recibido la certificación Earth Check

Novotel Barcelona Cornellà y Novotel Madrid Sanchinarro han recibido la certificación Earth Check, que premia a ambos establecimientos por las políticas que han desarrollado para promover la sostenibilidad medioambiental. El objetivo de Accor es obtener esta certificación para el 100% de la red Novotel a finales de 2012, un título que analiza una serie de indicadores de referencia en este segmento.

# 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 91-4096692
CATAI TOURS O'Donnell, 34 (Por Fernán Glez., 32) MADRID	☎ 91-5044254 Fax 91-5044674
CATAI TOURS Napoles, 227 3ª BARCELONA	☎ 93-2150103 Fax 93-2157360
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	☎ 91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM 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
HVALTRAVEL.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 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
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568886
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 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 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entrta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

### Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 91-4158379
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
USA AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2ª 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 www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 Fax 91-3107215

### Ferrocarril

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

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

### Alquiler de Automóviles

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 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

### Centrales de Reservas

CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15ª MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 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 7º	☎ 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 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ª B MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

### Transporte por Carretera

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

### Servicios

AMAUDEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	☎ 91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDS PAN 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 cómo 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**

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

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

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

Profesor: 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 & Formas de pago adaptado a sus posibilidades**

# Nueva página de Le Meridien que incluye la reserva desde agencias

La página actual de Le Meridien ofrece, con un diseño renovado que incluye una nueva versión en castellano, un mejor conjunto de información a clientes y agencias, a las que permite gestionar sus reservas si están registradas en StarwoodPro.



www.lemeridien.com

La cadena **Le Meridien**, marca del Grupo Starwood que ofrece hoteles de lujo en más de 50 países, presenta una nueva versión de su página en Internet en la que, con una presentación optimizada informa sobre nuevos servicios a los clientes, a los que ofrece nuevas áreas de comunicación en las redes sociales, ampliando la descripción de los hoteles y de sus destinos, e incluyendo la posibilidad de reserva desde las agencias. A las versiones en inglés, francés, alemán, chino y japonés que existían en la página anterior, ha añadido las de castellano, italiano y portugués.

## INFORMACIÓN

Permite consultar los hoteles desde un mapa activo, desde una relación por país o desde una lista detallada. Ofrece una completa descripción del establecimiento en varias pantallas, incluyendo información sobre el destino, sus servicios para eventos y opiniones de los clientes.

## RESERVA

Sigue ofreciendo un sencillo sistema de reservas, con una completa información sobre las posibles alternativas, disponible para usuarios no registrados y para clientes y agencias registrados en el Grupo Starwood. También ofrece a otras páginas la posibilidad de afiliarse.

## GENERAL

Con una nueva visión de su relación con los clientes, ha añadido áreas de comunicación, en las que pueden expresar sus opiniones, así como enlaces con las redes sociales y ofrece en sus hoteles centros culturales y lugares de encuentro para intercambio de ideas entre los clientes.

### ▲ Lo Mejor / Completa

Por su diseño, calidad de su información, facilidad de gestión y nuevas áreas para los clientes, es un sistema muy completo.

### ▼ Lo Peor / Mezcla de Marcas

Aunque se acceda desde Le Meridien, presenta todos los hoteles del Grupo, pasando a otra marca y otra página sin previo aviso.

## LE MERIDIEN / Hoteles

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

Le Meridien ofrece a los profesionales de Turismo una página bien diseñada, con información adecuada y de fácil uso, que permite a las agencias de viajes registradas en el Grupo Starwood, gestionar sus reservas de esta marca y las del resto de las marcas hoteleras del Grupo.



**Entrada /** En un nuevo formato presenta el acceso a nuevas áreas, como opiniones de los clientes, redes sociales y reservas.



**Producto /** Desde un mapa activo o una relación por país, se accede a una completa información de cada hotel en varias pantallas.



**Reserva /** Dispone de un completo sistema de reservas, que ahora incluye la gestión desde agencias enlazando con Starwood.

# Daibus modifica la imagen de su 'web' manteniendo los contenidos

La versión actual de la web de Daibus ofrece un nuevo formato de presentación de las pantallas, pero mantiene su estructura, la información sobre sus servicios de transporte regular y su sistema de gestión de reservas, que no es válido para las agencias.



www.daibus.es

La compañía de transporte regular por carretera **Daibus** presenta una nueva versión de su página que, con un formato renovado, mantiene una información limitada sobre el Grupo Damas, las empresas de transporte que lo componen y una específica sobre Daibus y sus líneas, horarios, tarifas y sobre su flota de autobuses. También mantiene su gestión de reservas mediante un enlace con Movelia y sigue sin contemplar la reserva desde agencias. La página presenta, además de la versión en castellano que ya existía, una nueva versión en inglés, que aún no está disponible.

## INFORMACIÓN

Permite consultar todas sus líneas regulares, que presenta en un mapa, incluyendo información sobre los itinerarios, horarios y tarifas. También informa sobre su flota de autobuses, así como sobre las características y el equipamiento de cada uno de los modelos.

## RESERVA

Mantiene la gestión de reservas mediante la presentación del sistema de Movelia, de transporte en autocar y común con otras compañías. Contempla la asignación de plazas en el vehículo, pero sin la gestión desde agencias que sí ofrecen otras compañías que utilizan este sistema.

## GENERAL

La página presenta información sobre el Grupo Damas y sus otras dos empresas de transporte por carretera, incluyendo el enlace con sus páginas en Internet. También incluye las condiciones generales de utilización de sus billetes y un área de atención al cliente.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Es una página que permite al usuario conocer sus rutas, horarios y tarifas y gestionar fácilmente sus reservas.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye la opción de reservas desde agencias que sí ofrece el sistema de Movelia en otros casos.

## DAIBUS / 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

La nueva web de Daibus sigue siendo de poco interés para los profesionales de Turismo, ya que aunque ofrece una información adecuada sobre sus líneas y tarifas, mantiene la gestión de reservas de Movelia y sigue sin contemplar la gestión desde las agencias de viajes.



**Entrada /** Presenta el acceso a la información del Grupo Damas, de los servicios de Daibus y a la gestión de reserva de sus billetes.



**Producto /** Ofrece la relación de sus rutas con sus itinerarios, horarios y tarifas. También informa sobre los autobuses de su flota.



**Reserva /** Presenta la pantalla de Movelia para gestionar reservas de sus rutas y de las del resto de empresas de transporte.

# Tarom presenta al cliente vuelos a Rumanía desde destinos europeos

La web de Tarom presenta información sobre la empresa, sus vuelos desde aeropuertos rumanos a muchos países europeos y sus enlaces con los códigos compartidos de otras compañías, así como su gestión de reservas, que no está disponible para las agencias.



www.tarom.ro

La compañía aérea rumana **Tarom** presenta una página en Internet en la que informa sobre la compañía, sus vuelos desde Rumanía a gran parte de Europa —en los que incluye enlaces de código compartido con compañías de otros países— y sobre sus servicios chárter y de cargo. La web, que presenta únicamente una versión en rumano y otra, parcial, en inglés, incluye un área de información al viajero y dispone de un completo sistema de reservas de fácil uso y con una información adecuada sobre las posibles alternativas, pero no está disponible para las agencias.

### INFORMACIÓN

Presenta una completa información de su flota y de sus tipos de avión. También ofrece mapas de sus vuelos y de los enlaces de las compañías asociadas. También permite consultar sus vuelos por origen, destino y fecha, aunque en las pruebas no se han obtenido resultados.

### RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas de sus vuelos y de enlaces con otras compañías asociadas y de algunos 'paquetes' turísticos. Su gestión, que permite la consulta posterior y el *check-in online*, es válida sólo para el cliente final, con pago mediante tarjeta o en una agencia.

### GENERAL

La página incluye información sobre el Grupo Tarom, las compañías con código compartido y sus servicios de chárter y de cargo. También ofrece un área de información para el viajero, otra sobre su programa de fidelización FlyinBlue y la descarga de sus horarios en PDF.

#### ▲ Lo Mejor / Gestión Reservas

Ofrece al cliente un sencillo y completo sistema de gestión de reservas, con información adecuada de sus opciones.

#### ▼ Lo Peor / Idiomas

Ofrece únicamente una versión completa en rumano y otra en inglés, con parte de la información no traducida.

### TAROM / Líneas Aéreas

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de que Tarom ofrece una página de correcto diseño y de utilidad para el cliente final, resulta de poco interés para los profesionales de Turismo, a los que no permite la gestión de sus reservas, excepto en las áreas especiales de chárter y de gestión de grupos.

5,9



**Entrada** / Ofrece la primera pantalla de reservas y de *check-in* y el acceso a algunos 'paquetes' turísticos y al resto de información.



**Producto** / Permite consultar sus vuelos y horarios y presenta mapas de sus vuelos, los compartidos y de sus agencias.



**Reserva** / Dispone de un sencillo sistema de reservas, sólo válido para el cliente final con pago mediante tarjeta o en una agencia.

# Turismo Paraguay incluye 'online' información limitada sobre el país

La página sobre Turismo en Paraguay ofrece únicamente información general sobre el país y relaciones y algunos vídeos de sus temas de interés turístico, mientras en el área de servicios sólo incluye una relación de hoteles, sin una gestión de reservas.



www.turismo.com.py

**Turismo Paraguay** es una página no oficial que, con una sencilla estructura y una presentación mejorable, ofrece únicamente en castellano una adecuada información sobre el país, pero muy limitada en cuanto a los temas de interés turístico que ofrece a los viajeros, en la que se limita a enumerarlos, con una pequeña descripción en algunos casos, aunque incluye algunos vídeos y una galería fotográfica. En el área de servicios sólo informa de sus aeropuertos y enumera algunos hoteles en la capital, Asunción, pero con poca información y sin ningún enlace ni posibilidad de reservas.

### INFORMACIÓN

Ofrece únicamente una descripción muy general de las ventajas que ofrece Paraguay a sus visitantes, un mapa del país, una relación de sus atractivos naturales y culturales, sin enlaces para ampliar información, y una colección de vídeos sobre sus temas de mayor interés.

### RESERVA

No incluye ningún tipo de gestión de reservas, sólo ofrece una relación de hoteles en Asunción, con una pequeña descripción, pero sin enlace con su página ni sus formas de contacto. También presenta alguna información sobre sus aeropuertos, pero sin gestión de vuelos.

### GENERAL

La página ofrece una descripción de sus objetivos y una amplia información sobre el país, su geografía, historia, clima, gastronomía y la relación de principales ciudades. También incluye un área de noticias sobre Turismo en Paraguay y una amplia galería fotográfica.

#### ▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Dispone de una sencilla estructura, que incluye dos áreas desde las que se accede a sus distintos tipos de información.

#### ▼ Lo Peor / Utilidad

Presenta una información muy limitada tanto sobre sus atractivos turísticos como sobre los distintos servicios para el viajero.

### PARAGUAY / Destinos

#### 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

Turismo Paraguay resulta de muy poco interés para los viajeros y agentes de viajes, ya que ofrece muy poca información sobre los temas de interés turístico en el país que, tanto de lo que hay que ver como de los servicios, ofrece sólo una relación, sin descripciones ni gestión de reservas.

4,5



**Entrada** / Presenta en la fila superior el acceso a los distintos servicios y en la columna izquierda a información sobre el país.



**Producto** / Presenta una descripción de las ventajas del país para los visitantes, algunos vídeos e información sobre Paraguay.



**Reserva** / Sólo ofrece una relación de hoteles en Asunción e información de sus aeropuertos, sin gestión de reservas.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO [www.Nexotur.com](http://www.Nexotur.com)

## Las agencias de viajes demandan profesionales con experiencia y buen nivel de inglés

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

■ **Viajes Dos.** Madrid. Agencia de viajes en crecimiento y expansión ha abierto un proceso de selección para incorporar personal. Requisitos: buscamos una persona con experiencia de al menos dos años en puesto similar, conocimientos de Amadeus, Renfe y de los principales proveedores (hoteles y turoperadores). También se valorarán conocimientos de idiomas, aportación de cartera de clientes y referencias. C.V: [garrido@viajesdos.com](mailto:garrido@viajesdos.com).

■ **Spa Natura Resort.** Castellón. Se necesita agente de viajes. Requisitos: nivel alto de inglés. C.V: [info@spanaturaresort.com](mailto:info@spanaturaresort.com).

■ **Helice Viajes.** Madrid. Se ofrece puesto de trabajo en oficina de vacaciones. Requisitos: dominio probado de Amadeus, conocimiento de producto turístico en todas sus vertientes, conocimientos de Windows e Internet y nivel alto de inglés hablado y escrito. Buscamos personas con afán de superación, creativo y buena presencia. C.V: [rrhh@heliceviajes.com](mailto:rrhh@heliceviajes.com).

■ **Herysan Viajes.** Madrid. Se necesita agente de viajes con experiencia en venta

de mostrador y gestión de grupos. Jornada completa en horario comercial e incorporación inmediata. Requisitos: más de dos años de experiencia en puesto similar, conocimientos de Amadeus y Renfe. Elaboración de presupuestos y don de gentes. C.V: [sanchez@viajescolmenar.com](mailto:sanchez@viajescolmenar.com).

■ **Viajes Unibras.** Madrid. Agencia de viajes busca profesional con experiencia. Requisitos: manejo de sistema Amadeus, buena presencia, portugués nivel alto hablado y escrito. En principio ofrecemos un contrato temporal de cinco horas. Todos los requisitos tienen que ser demostrados por el demandante del puesto. C.V: [consultas@viajesunibras.com](mailto:consultas@viajesunibras.com).

■ **Viajes Eco.** Madrid. Se buscan agentes en el barrio de Salamanca. Requisitos: más de dos años de experiencia, conocimientos de Amadeus y Renfe, dominio de informática e Internet y ganas de trabajar en equipo. También se valorará cartera de clientes y conocimientos de otros idiomas además de inglés. C.V: [eco@viajeseco.com](mailto:eco@viajeseco.com).

■ **Perfect Day Travel Business.** Madrid. Agente responsable de *inplant* para la gestión de solicitudes de viajes de los empleados de empresa. Requisitos: inglés, manejo Amadeus y experiencia de al menos seis meses. C.V: [direccion@perfectday.es](mailto:direccion@perfectday.es).

■ **Hispanorama Tours & Incentives.** Madrid. Agencia de viajes receptiva busca profesional a tiempo parcial. El trabajo consiste en la ayuda en la preparación y gestión de grupos procedentes de Alemania. Requisitos: experiencia en puesto similar, nivel alto de alemán e inglés y manejo de programas Microsoft Office. C.V: [info@hispanorama-tours.com](mailto:info@hispanorama-tours.com).

■ **Turimagia.com.** Madrid. Se precisa profesional para agencia de viajes *online*. Requisitos: experiencia demostrable de al menos cinco años, amabilidad, uso de Amadeus y conocimientos de viajes de larga distancia. C.V: [info@turimagia.com](mailto:info@turimagia.com).

■ **Felices Vacaciones.** Madrid. Agencia de viajes busca persona joven y con ganas de aprender. Requisitos: grandes dotes comerciales y conocimientos de venta *online*. C.V: [trabajo@felicesvacaciones.es](mailto:trabajo@felicesvacaciones.es).

■ **Unsol.es.** Madrid. Agencia *online* necesita incorporar una persona para cubrir baja maternal (incorporación inmediata y posibilidad de quedarse). Requisitos: experiencia en agencias de viajes *online* y conocimiento de Amadeus. C.V: [elena.blanco@unsol.es](mailto:elena.blanco@unsol.es).

■ **Ixion Travel.** Madrid. Agencia de viajes mayorista precisa un comercial. Requisitos: persona dinámica y activa. Ex-

periencia en *booking*, Amadeus y Galileo. C.V: [comercial@ixiontravel.com](mailto:comercial@ixiontravel.com).

■ **Nuba Expediciones.** Madrid. Agencia de viajes de lujo busca asesor de viajes con experiencia. Requisitos: nivel alto de inglés, buena presencia, excelente trato con clientes, conocimientos de Office y capacidad de trabajo en equipo. También se valorarán conocimientos en destinos como África y Asia. C.V: [info@nuba.net](mailto:info@nuba.net).

■ **Viajes Transfronteras.** Madrid. Agencia de viajes mayorista-minorista necesita profesional para el departamento de reservas y operativa. Requisitos: persona polivalente y conocimientos de Amadeus. C.V: [marisol@viajestransfronteras.es](mailto:marisol@viajestransfronteras.es).

■ **Frontia.** Madrid. Agencia de viajes precisa una persona joven y con ganas de aprender. Contrato de prácticas. Requisitos: diplomado en Turismo, cuatro años de experiencia, conocimientos de Amadeus, nivel alto de inglés y grandes conocimientos de Asia. C.V: [millan@destinosasiaticos.com](mailto:millan@destinosasiaticos.com).

■ **Viaxes Agasallo.** A Coruña. Agencia de viajes busca comercial para ampliar cartera de clientes de empresa y colectivos. Requisitos: necesitamos persona que esté dada de alta como trabajador autónomo. C.V: [ferrol@volariatravel.com](mailto:ferrol@volariatravel.com).

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles de vacaciones

↑ La nueva versión de la web de Lopesan ofrece, con un diseño y una estructura muy adecuados, la **información** sobre sus hoteles y la gestión de reservas de estancias y de 'paquetes' de vuelo más hotel, aunque ya no contempla la reserva desde agencias.

↑ Por su correcto diseño resulta de **utilidad** al cliente final.

↓ No mantiene la **reserva** desde agencias de la versión anterior.



<http://www.lopesanhotels.com>

## Renfe para agencias

↑ Renfe presenta una nueva versión de su web en la que, con un diseño muy mejorado, incluye la **información** y reserva de viajes de varios trayectos, 'paquetes' y otros servicios turísticos y ha añadido un área dedicada a la gestión desde las agencias de viajes.

↑ Por su diseño y facilidad de gestión es **útil** para viajeros y agencias.

↑ La nueva versión ha añadido la **reserva** desde agencias.



<http://www.renfe.com>

## Transportes en Burgos

↑ Autocares de Soto y Alonso presenta una página bien diseñada en la que **informa** sobre la empresa y sus servicios de transporte regular en el entorno de Burgos y de alquiler de autocares y excursiones, para lo que incluye formularios de solicitud.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no incluye información de gestión.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece varios formularios.



<http://www.autosotoyalonso.es>

## Todo sobre PortAventura

↑ PortAventura presenta en su 'sitio' web una completa relación de todos las atracciones y otros servicios turísticos que ofrece el parque a sus visitantes, a la vez que permite gestionar sus reservas, tanto al cliente final como a los agentes de viajes.

↑ Es una web de **utilidad**, aunque debería ampliar la información.

↑ Las agencias disponen de un área específica de **reservas**.



<http://www.portaventura.com>

## Turismo en Cartagena

↑ Cartagena Puerto de Culturas ofrece una página bien diseñada en la que integra la historia y el presente de la ciudad en un completo conjunto de **información** para el viajero, incluyendo sus hoteles y restaurantes, aunque sin gestión de reservas.

↑ Por su diseño y contenido es una página de **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece abonos y regalos.



<http://www.cartagenapuertodeculturas.com>

## Congresos en Barcelona

↑ El Palacio de Congresos de Cataluña presenta una página bien diseñada que ofrece una completa **información** de sus espacios y una descripción general de los servicios que ofrece a los organizadores de eventos, pero sin sus tarifas en ambos casos.

⇒ Sería de más **utilidad** ampliando la información de servicios y tarifas.

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



<http://www.camaragijon.com>

## LEGISLACIÓN

## Resoluciones

## Región de Murcia

✓ Orden de 15 de marzo del ejercicio 2012, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno autonómico de la Región de Murcia, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos en el ámbito de la Comunidad autónoma de la Región de Murcia.

✓ Resolución de 16 de marzo del ejercicio 2012, de la Secretaría de Estado de Turismo, dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, por la que se aprueba la concesión del título de Fiesta de Interés Turístico Internacional a la fiesta 'El Bando de la Huerta', de Murcia.

✓ Anuncio del 24 de marzo de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de la Comunidad de Madrid, de revocación de los títulos-licencia de las agencias de viajes Primitivo Bayo Lirola (nombre comercial Viajes Primitivo) y Nienor Viajes, Sociedad Limitada.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSOS

## Nace Event Management Institute

Profesionales impartirán cursos bajo la dirección de Raimond Torrents

Una nueva institución docente ha nacido para ofrecer formación sobre el Turismo de reuniones. Se trata del Event Management Institute, que de la mano del profesional Raimond Torrents, ofrecerá sesiones sobre *networking*, talleres prácticos y diferentes cursos especializados en distintas áreas de este sector. "Presentamos una institución docente, de investigación y difusión de conocimientos para el desarrollo y la profesionalización del Turismo de reuniones", afirma Torrents. "Ofrecemos cursos especializados de la más alta calidad, eminentemente prácticos, experienciales, donde no hay docentes sino profesionales de contrastada trayectoria que comparten su experiencia con el sector", añade.

Para empezar, el Event Management Institute impartirá una sesión de 'Networking. Diversifique sus relaciones profesionales' —10 de mayo de 2012—, a cargo de Jordi Robert Ribes, donde "aprendemos a aprovechar nuestros contactos y crecer con ellos", señala el director de la institución. Después, el 15 de mayo, se llevará a



cabo la sesión 'Introducción a la gestión de redes sociales para organizadores de eventos' con David Soler y Víctor Puig. Y por último, del 25 al 29 de junio, se impartirá la 'Creación y gestión de eventos corporativos' con Raimond Torrents y "la presencia de un invitado diario del más alto nivel". Además, el Instituto está preparando diversos cursos específicos sobre distintas áreas del sector, como los talleres prácticos que impartirán profesionales sobre sonido, iluminación, audiovisuales y decoración, entre otros temas.

## LIBROS

## Historia de la aeronáutica

'Protagonistas de la Aeronáutica'. Publica Aena Aeropuertos

El Centro de Documentación y Publicaciones de Aena Aeropuertos ha lanzado un nuevo libro de su colección 'Protagonistas de la Aeronáutica', que en esta ocasión se centra en la historia de Emilio Herrera, destacado científico, ingeniero y aviador. El libro cuenta con 216 páginas en las que el escritor Emilio Atienza muestra la vida de Herrera, nacido en Granada en el siglo XIX y que perteneció a una generación de ingenieros y científicos españoles que fomentaron el desarrollo de la ciencia y la tecnología en nuestro país. Colaboró con las revistas científicas más prestigiosas y acumuló una amplia relación de títulos científicos y técnicos. Además, entre sus proyectos más importantes se encuentran el diseño, fundación y dirección del Laboratorio Aerodinámico de Cuatro Vientos, el de la ascensión a la estratosfera en globo y la unión aérea mediante dirigibles de España con América del Sur.

## CALENDARIO

## Cita con los Salones TurNexo

● El 19, 24 y 26 de abril se celebran los Salones TurNexo de Andalucía, Euskadi y Comunidad Valenciana, respectivamente. Organizados por el Grupo NEXO desde hace más de una década, estas ferias especializadas permitirán a los agentes de viajes de estas Comunidades autónomas conocer de primera mano las programaciones y ofertas de los principales proveedores turísticos de cara a la temporada de verano. Para más información y realizar inscripciones puede entrar en la siguiente página web: [www.turnexo.com](http://www.turnexo.com).

● Del 19 al 22 de abril de 2012, Salón Internacional del Turismo en Cataluña, Fira de Barcelona. La feria catalana volverá a congrega a miles de profesionales turísticos, los cuales tendrán la oportunidad de establecer contactos comerciales con proveedores y empresas del Sector Turístico. Destinos nacionales e internacionales estarán presentes en esta feria. Para más información puede acceder a la siguiente web: [www.saloturisme.com](http://www.saloturisme.com).

**N** BOLSA DE TRABAJO  
*nexotur.com*

¿Necesita  
un profesional?

Ofertas y Demandas  
de Empleo para  
Profesionales de  
Agencias de Viajes

Inserte ahora sus ofertas y demandas  
en Internet, en la web: [www.nexotur.com](http://www.nexotur.com)

Cumplimente  
AHORA sus demandas  
y ofertas de empleo  
en tiempo real

¿Busca trabajo?

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



# NEXOTUR®

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

## SUBEN

### Antonio Peregrín



Orizonia ha incorporado al exdirector general de Nobel-tours, Antonio Peregrín, como director de explotación de Grandes Viajes. En su nuevo cargo aportará toda su experiencia en tres de las seis mayoristas del grupo turístico: Iberojet, Viva Tours y Kirunna.

### Carlos Pedercini



El Consejo Europeo de Cruceros y la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros han designado a Carlos Pedercini nuevo delegado oficial en el mercado español. Pedercini cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector de los cruceros.

### Jenny Rushmore

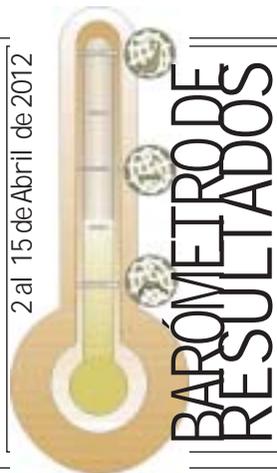


TripAdvisor ha designado a Jenny Rushmore directora de Turismo sostenible. Desde este puesto de nueva creación, se encargará de hacer el ecoturismo más accesible a los consumidores concienciados con el medio ambiente.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Luis Gallego	3
Entrevista / Carlos López	4
Escaparate	5-19
Gestión	20
Club	21
Mostrador	22-24
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

2 al 15 de Abril de 2012



## LA SEMANA

### Ligero repunte de ventas en Semana Santa

Aunque en la pasada edición, previa a la Semana Santa, las agencias se mostraban pesimistas de cara a esta festividad, el balance de CEAV es positivo. Según estimaciones de su presidente, Rafael Gallego, el volumen de negocio de las agencias de viajes ha crecido en torno a un 4% respecto a 2011, pese a que el precio del alojamiento ha ascendido un 10% de media. De este modo, la "crisis meteorológica" que ha afectado al Sector Turístico estos días, "no ha impedido que los españoles disfruten de sus vacaciones en destinos de 'sol y playa' en la misma proporción que años anteriores", remarca. No obstante, la duración de los viajes sigue en la misma tónica de ejercicios anteriores.



## COYUNTURA

### Aumenta el uso del viaje organizado

Un total de 2,8 millones de turistas han visitado España en febrero, lo que supone un tímido incremento del 0,8% respecto al mismo mes del año anterior. Pese a este estancamiento, motivado en gran medida por la menor entrada de británicos y alemanes, el número de viajeros con 'paquete' turístico registra un fuerte avance del 4,3%. Por Comunidades de destino, Canarias y Cataluña mantienen su liderazgo.

y 23,2%, mientras que Irlanda es el que peores datos presenta, con una bajada de más del 20%.

### Canarias sigue creciendo

Por Comunidades autónomas de destino, Canarias concentra en febrero el 33% de las entradas (cerca de un millón de turistas), protagonizando una subida del 2,4%. Le sigue Cataluña con cerca de 700.000 visitantes, un 8,2% más que en el año anterior. Por su parte, Andalucía se ha visto muy afectada por la menor entrada de turistas alemanes e italianos, experimentando un descenso del 9,1%, hasta los 333.853 viajeros.

La Comunidad de Madrid ha recibido casi 300.000 turistas internacionales, un 9,4% más que en febrero de 2011, ocupando la cuarta plaza. Por su parte, la Comunidad Valenciana, quinto destino nacional, retrocede un 12,4%, hasta los 209.245 visitantes, mientras que Baleares ha cerrado el mes con 130.000 visitantes, un 10,8% menos que en el ejercicio anterior.

De los 2,8 millones de turistas que han visitado España en febrero, el 82,3% han llegado en avión, lo que supone un ligero aumento del 1,5% respecto a 2011. Todo lo contrario sucede con la carretera, que pierde un 1,5% de pasajeros, así como con el resto de medios de transporte, con un 7,5% menos.

Según el tipo de alojamiento, en febrero aumenta un 4,6% el número de viajeros que ha pernoctado en hoteles, representando el 68,2% del total. Por su parte, el alojamiento no hotelero muestra una caída del 6,4% respecto a febrero del año anterior.

### Llegada de turistas internacionales



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

miento del 3,3%, con algo más de 442.000 turistas, siendo el mercado emisor que más ha aportado al crecimiento general del mes de febrero. Alemania, tercer país por volumen de turistas, registra un descenso del 1,8% respecto a febrero de 2011, con una menor presencia en

destinos como Andalucía y Baleares. Sin embargo, Canarias, la Comunidad más visitada por los viajeros alemanes, presenta una importante subida. Del resto de países destacan las evoluciones positivas de países bajos y Estados Unidos, con sendos crecimientos del 10%

### Francia, segundo mercado

Reino Unido y Alemania, que tradicionalmente han sido las dos grandes potencias emisoras para el destino España, han experimentado sendos descensos, lo que provoca que Francia escale una posición, situándose en segunda plaza solo superada por el mercado británico. Tras diez meses consecutivos de subidas, Reino Unido ha emitido un 4,2% menos de viajeros que en el mismo mes del año anterior, hasta los 562.747. Esta caída se ha dejado notar especialmente en la Comunidad Valenciana y en la Comunidad de Madrid, aunque Canarias, su principal destino, también ha visto reducido el volumen de visitantes. Francia presenta un creci-



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email

