

ANTONIO VÁZQUEZ

Impugnar el laudo

PÁG. 7 / Iberia impugnará el laudo del conflicto entre la aerolínea y el Sepla



ALEXANDRE DE JUNIAC

Recortes en Air France

PÁG. 7 / Air France suprime el 10% de la plantilla con bajas incentivadas



JAVIER VALDÉS

Pago del BSP sin cheques

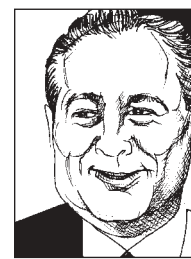
PÁG. 12 / Desde el 16 de julio no se permitirá el pago del BSP con cheques



MANUEL LÓPEZ

Cancelaciones de verano

PÁG. 10 / Los españoles cancelarán 700.000 viajes durante este verano



JOSEP-FRANCESC VALLS

Crecimiento al mismo ritmo

PÁG. 10 / El Turismo español crece al mismo ritmo que el verano de 2011

El Gobierno aprueba el Plan Integral de Turismo al que destinará casi 1.800 millones

CEAV: 'Incluye peticiones que el Sector venía pidiendo desde hace años'

El anunciado Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) ya es una realidad. Un total de 28 medidas y 104 acciones, en torno a seis ejes de actuación forman un pro-

yecto que contará con un presupuesto de entre 1.600 y 1.800 millones durante los cuatro próximos años, para incrementar la actividad turística y su rentabilidad.



Sebastián Franquis, portavoz PSOE.

Caerá un 0,3% la actividad turística

Desde el PSOE "los últimos datos que conocemos nos indican que la actividad turística española caerá un 0,3%". **Pág. 4**

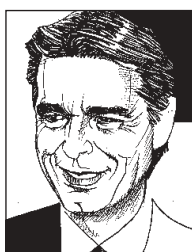
El Receptivo vuelve a crecer durante mayo

Tras los datos negativos de abril, en mayo España ha recibido un 5,8% más de turistas extranjeros, más de 5,4 millones. **Pág. 10**

Club NEXOTUR

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

Elaborado durante los últimos meses por la Secretaría de Estado de Turismo junto a las Comunidades autónomas, Organizaciones empresariales, Sindicatos y demás representantes del Sector, el PNIT tiene como principal objetivo, como destaca el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, "mejorar la competitividad del Sector Turístico



José Manuel Soria

para que sea motor de impulso" de la Economía española. CEAV ha mostrado su satisfacción por las medidas incluidas, ya que entre ellas se encuentran "las reclamaciones que venía haciendo el Sector desde hace años", como la promoción de la marca España, la armonización legislativa y la apuesta por la fidelización.

Escapate en pág. 8

El Sector advierte sobre el 'golpe' de la subida del IVA

La posible subida del IVA, una de las peticiones al Gobierno español de la Comisión Europea y el Fondo Monetario Internacional, "afectará muy negativamente" a uno de los sectores económicos que mejor están resistiendo la crisis, subrayan desde el Sector. Más aún, si se aumentara en plena temporada alta, ya que las empresas deberían asumir el coste de todos los productos y servicios ya vendidos, no pudiendo repercutir al cliente la diferencia, con la consecuente pérdida

de rentabilidad. Como señala el presidente de CEAV, Rafael Gallego, "sería conveniente aplazar esta medida hasta que finalice la temporada de verano", ya que "los acuerdos ya están cerrados". Además, como aseguran desde el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas se está estudiando la posibilidad de ampliar las bases imponibles del impuesto, por lo que servicios como el de hotelería podrían pasar de un IVA reducido del 8% al 18%. **Escapate en pág. 6**



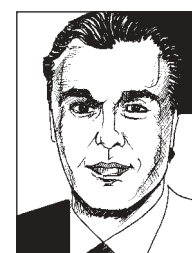
Gonzalo Pascual fundó entre otras empresas turísticas la compañía Spanair.

Fallece Gonzalo Pascual

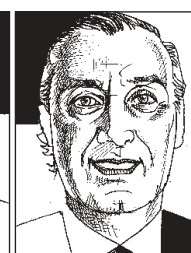
El 21 de junio fallecía Gonzalo Pascual, quien fuera copropietario de Marsans junto a Gerardo Díaz Ferrán. Como presidente del Consejo de Turismo de CEOE, hizo una valiosa aportación a la vertebración del Asociacionismo del Sector en España. **Escapate en pág. 7**

El Sector, 'preocupado' por la estrategia de Renfe

El presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha trasladado al presidente de Renfe, Julio Gómez-Pomar, la "preocupación de las agencias" por su estrategia comercial. "No nos damos por satisfechos, pero al menos hemos com-



Rafael Gallego y Julio Gómez-Pomar



probado la voluntad de Renfe de no herir susceptibilidades", señala, a la vez que indica que Gómez-Pomar se ha comprometido "a seguir apoyando al Sector sin prescindir del resto de canales". **Escapate en pág. 11**

FAMILY PASS DE IBERIA

Descubra a sus clientes la manera más fácil de viajar con niños.

En la terminal T4 de Barajas les llevamos a su puerta de embarque de la manera más rápida, porque facturan en la sección Business y pasan por el Acceso VIP del control de seguridad. Y si su vuelo sale del edificio satélite, también les acompañamos en el tren.

Un servicio que hará el viaje de sus clientes más sencillo, por sólo 25€*.

*Precio final añadido al billete por persona. Mínimo 3 personas para la contratación del servicio. Sólo salida desde Madrid. Sujeto a disponibilidad. Más información en iberiagencia.com

CLAVES

Reflexiones ante la muerte de Pascual

MELLEGA LA triste noticia de la muerte de Gonzalo Pascual, cuya salud se vio afectada, a partir de 2010, por los acontecimientos derivados de la crisis del grupo Marsans. Su prematuro fallecimiento ha causado gran conmoción en el mundo empresarial, especialmente en el ámbito del Turismo español, que pierde a uno de sus grandes referentes.



☞ JOSÉ M. MACIÑEIRAS

Yo, que conocía a Gonzalo Pascual a finales de los años 70 y he tenido la fortuna de trabajar con él en actividades asociativas, doy fe de su integridad y de su nobleza, tanto a nivel personal como empresarial.

Era un empresario de raza, emprendedor y comprometido. Sabía que las empresas pasan por fases de bonanza y fases de dificultades y que los empresarios, como todo ser humano, tenemos aciertos y cometemos errores, y hemos de estar preparados para gestionar el éxito, pero, muy especialmente, para gestionar el fracaso.

Las cuantiosas pérdidas económicas sufridas no son las que han erosionado la salud de Gonzalo, hasta propiciar su prematuro fallecimiento. Lo que produjo un gran impacto en su salud y en su estado anímico, fueron las injusticias que hubo de padecer, como consecuencia del fracaso económico de su grupo (el abandono y la incompreensión de muchos de los que, en tiempos de bonanza, se autoproclamaban sus amigos, colaboradores y compañeros).

Gonzalo ha dedicado toda su vida al trabajo y a su familia, volcando en ellos su enorme personalidad, noble, franca y arrolladora. Ha sido fundador de importantes empresas, llegando a construir uno de los mayores conglomerados empresariales del país, y sus empresas han participado y colaborado en el éxito de España en el mundo del Turismo.

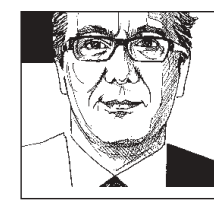
Gonzalo Pascual ha sido uno de los fundadores de AEDAVE, Asociación a la que siempre defendió y en la que participó de forma activa y desinteresada como miembro de su Consejo Directivo durante su primera década.

El mundo empresarial, muy especialmente el del Sector Turístico español debe rendir homenaje a la figura de un empresario emprendedor que se ha volcado en múltiples actividades de tipo asociativo, en unas como fundador y en otras como simple colaborador, pero siempre defendiendo con ardor a la clase empresarial española. Descanse en Paz.

☞ José Manuel Maciñeiras es presidente de honor de AEDAVE.

La facilidad con la que se puede crear un site e iniciar la comercialización online ha abocado a la mayoría de los empresarios a embarcarse en una desenfrenada aventura telemática, sin recibir un asesoramiento legal suficiente', destaca el director general de Tourism & Law Abogados

TRIBUNA



☞ JAVIER DEL NOGAL

Turismo 'online', el reto de vender vía Internet

EL PASADO 24 DE abril, con el patrocinio de la Fundación Intermundial, el despacho de Abogados Tourism & Law, que tengo el honor de dirigir, y la Universidad de les Illes Balears, organizamos la jornada formativa 'Turismo Online: el reto de vender vía Internet'. Ya con el reposo que da la distancia, mi primera reflexión gira, sin duda, en torno a lo que el decano de la Facultad de Derecho de la Universidad, el Doctor Santiago Cavanillas, puso de manifiesto en su discurso inaugural: la necesidad de acercamiento entre los docentes e investigadores y el mundo empresarial. Atravesamos momentos difíciles en nuestro país, y no somos pocos los que creemos que de ellos sólo se sale con formación y trabajo de calidad. Quizá un mayor y mejor contacto entre el mundo universitario y el de la empresa ayudaría a los docentes a conocer lo que preocupa a las empresas, a dotar a los estudiantes de los conocimientos que necesitan de verdad los futuros profesionales, y facilitaría a las compañías la complicada tarea de mantener a sus trabajadores permanentemente formados.

Nuestro objetivo era debatir sobre 'El reto de vender por Internet', y fue mucho y muy interesante lo que, sobre ello, se dijo en la jornada. Se empezó por desgranar la legislación nacional e internacional que regula la venta por Internet, analizándose seguidamente las consecuencias que, desde el punto de vista jurisdiccional, puede llegar a tener una venta a un cliente no nacional, y la posibilidad cierta de que las empresas que venden en Internet puedan ser demandadas en cualquier parte del mundo, (lo cual debería hacernos reflexionar sobre si cada una de nuestras empresas están preparadas para ello, o si disponemos de seguros adecuados).

Al hilo de esta problemática, deberíamos plantearnos si las empresas tendrían que delimitar el radio de actuación de su oferta online, algo que, siendo técnicamente posible, pocas se plantean porque, ¿quién no quiere vender donde y como sea? Pero, cuidado, porque quizá un juez no siempre esté de acuerdo con la frecuente excusa, ya algo manida, del ¿cómo vamos a poner puertas al campo? Claro que, por otro lado, dirigir es tomar decisiones valorando pros y contras, y el riesgo de verse demandado fuera de nuestras fronteras, bien gestionado, puede que sea asumible si tenemos en cuenta que, en muchos casos, esto no ocurrirá (incluso habiendo motivos) y que, cuan-

do ocurra, no siempre será sencillo para la otra parte conseguir una adecuada ejecución de la resolución obtenida.

Las nuevas fórmulas de publicidad que el mundo online ha generado hacen que podamos afirmar que la aparición de Internet, marca un antes y un

después en la historia de la comunicación comercial: nuevos productos, nuevos usuarios, nuevos soportes que permiten incluso saber dónde está el cliente para ofrecerle en cada momento la opción más cercana, nuevas estrategias de marketing en las que todo gira en torno a los buscadores, innovadoras técnicas de publicidad que se confunden con la información e, incluso, con la opinión... Si a esta coctelera añadimos que la Red es un medio propicio (también, y por desgracia) para prácticas desleales, utilización fraudulenta de marcas ajenas, empleo de muchos más datos personales (legal o ilegalmente), falsas valoraciones... el resultado puede ser explosivo.



después en la historia de la comunicación comercial: nuevos productos, nuevos usuarios, nuevos soportes que permiten incluso saber dónde está el cliente para ofrecerle en cada momento la opción más cercana, nuevas estrategias de marketing en las que todo gira en torno a los buscadores, innovadoras técnicas de publicidad que se confunden con la información e, incluso, con la opinión... Si a esta coctelera añadimos que la Red es un medio propicio (también, y por desgracia) para prácticas desleales, utilización fraudulenta de marcas ajenas, empleo de muchos más datos personales (legal o ilegalmente), falsas valoraciones... el resultado puede ser explosivo.

Y es que si bien puede parecer que en Internet "todo vale", no sería mala idea plantearnos la conveniencia de limitar, en ocasiones, no sólo nuestras campañas y medios de publicidad, sino incluso sus destinatarios, ya que nuestros objetivos comerciales no pueden alejarse del mencionado análisis de riesgos y costes que conllevan nuestras acciones.

Tampoco nos dejó indiferentes la problemática relacionada con la paridad de precios (algo que vemos con demasiada frecuencia los que acostumbramos a revisar contratos de distribución hotelera, por ejemplo) y las posi-

gamos las vestiduras si alguien nos dice que no podemos poner el precio que queramos a nuestros productos y servicios..., pero pensemos un poco más despacio: ¿por qué muchos empresarios quieren asegurarse paridad de precios en sus productos?;

¿no será por no favorecer a unos en detrimento de otros?; ¿o para no obligar a un canal a bajar el precio si otro lo hace? Y ¿no puede esto tener algo que ver, al menos en ocasiones, con la libre competencia? Una vez más, hay leyes que puede que no nos gusten, pero no por ello debemos dejar de tenerlas en cuenta.

En Tourism & Law nos sentimos especialmente orgullosos por la calidad de los profesionales que nos acompañaron en la segunda mesa de debate, Tomeu Bennasar (director general de Logitravel), Miquel Moya (director de Global E-Distribución & Customer Relationship de Barceló Hotels & Resorts), Juan Ignacio Pardo (EVP Legal and Compliance de Sol Meliá y vicesecretario del Consejo de Administración) y José Rivera (director general de Rumbo).

Sería absolutamente pretencioso resumir aquí sus aportaciones. No me voy a resistir, no obstante y para concluir, a compartir el mensaje subyacente de sus intervenciones: la facilidad con la que se puede adquirir un

dominio, crear un site e iniciar la comercialización online ha abocado a la mayoría de los empresarios a embarcarse en una desenfrenada aventura telemática, sin recibir un asesoramiento legal suficiente, y sin medir que una inversión en esta línea mal ejecutada, puede conllevar un coste y, en definitiva, un riesgo, altísimos.

Del mismo modo que en el comercio tradicional, el proveedor online necesita un canal, y el canal necesita un producto, y el producto, inevitablemente, a alguien que sepa venderlo. Pasamos sin apenas darnos cuenta del escaparate al iPad, de ver nuestras opciones turísticas plasmadas en folletería, catálogos y pósters a hacer visitas interactivas a nuestros destinos elegidos. Siguiendo con el símil, Internet es un centro comercial con capacidad ilimitada de firmas y de aforos, pero sólo sobrevivirán aquellos con los aparadores más atractivos, mejor ubicados y que consigan que, ante una oferta tan amplia, el navegante decida hacer clic, abrir la puerta y dar un paseo por la tienda.

El marketing online se cotiza al alza, desde los diseñadores web y creativos publicitarios hasta los estudios de mercado pasando por la incorporación de nuevas figuras como los community managers. La actividad de las empresas en las redes sociales les permite enfocar directamente sus productos al target específico. Pero las redes sociales son un arma de doble filo: no todas son iguales, ni los clientes quieren interrelacionarse igual en un ámbito que en otro. Es difícil acertar.

Nos encontramos ante un cambio radical del perfil del consumidor que abandona la tienda de calle y comienza a prescindir de la mediación física

en la contratación. Él tiene el poder, más que nunca, y por eso elige, decide, y marca las tendencias a las que el vendedor deberá adaptarse. Sólo adecuando toda nuestra estrategia de ventas a las nuevas reglas del juego y ofreciendo la máxima seguridad al cliente conseguiremos la transparencia necesaria para que este usuario no sólo confíe, sino que se fidelice.

Todo ello sucede, además, a una velocidad vertiginosa, donde el que primero llega tiene varios cuerpos de ventaja. Y esto, por supuesto, no es sencillo, hay que estar en la vanguardia, hay que invertir muchos recursos, hay que probar caminos... y no puede hacerlo cualquiera. Por eso triunfan sólo algunos.

☞ Javier del Nogal Méndez es director general de Tourism & Law Abogados.

Deberíamos plantearnos si las empresas tendrían que delimitar el radio de actuación de su oferta online

Sin darnos cuenta pasamos de ver las opciones turísticas en catálogos a hacer visitas interactivas al destino elegido

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: 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 (*Emblistado 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 ejemplares (distribuidos)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

¿'Lobby' del Sector... o del Gobierno?

EL IVA ENFRENTA AL TURISMO CON EL GOBIERNO. Pese a la sintonía (y el reiterado apoyo) al Ejecutivo de Mariano Rajoy por parte de las Organizaciones empresariales del Sector Turístico, la inminente subida del IVA está generando una creciente tensión.

Tanto los agentes de viajes, a través de CEAV, como los hoteleros, agrupados en CEHAT, llevan meses dedicados a la siempre ingrata labor de presionar al ministro Soria y a la secretaria de Estado para que el Gobierno cumpla su promesa de aplicar al Turismo un tipo de IVA superreducido.

Paradójicamente, mientras los líderes de agentes y hoteleros, Rafael Gallego y Joan Molas, al frente de los equipos directivos y técnicos de CEAV y de CEHAT, exigían un *mini IVA*, el gerente del *lobby*

Exceltur se deshacía en elogios hacia el nuevo Gobierno.

Las fuertes presiones del Fondo Monetario Internacional al Gobierno de España para que apruebe una próxima subida del IVA que podría afectar al actual IVA reducido para la hostelería, ha disparado las alarmas en todo el Sector.

La amenaza de que este incremento pudiera producirse en 2012 (e incluso antes del verano), obligaría a hoteleros y operadores emisores a absorber esta subida, ante la imposibilidad de repercutirla al cliente. Un disparate que, en la práctica, supondría que muchas empresas pierdan buena parte de su margen, transfiriéndolo a la Hacienda pública, a través de la recaudación del impuesto del valor añadido.

Pese a la excepcionalidad de la crisis, cabe esperar que tanto José Manuel Soria, ministro del que depende el Turismo, como nuestra secretaria de Estado, Isabel Borrego, ha-

gan cuanto esté en su mano para impedir que una eventual subida del IVA por parte del Gobierno, dé la puntilla al Sector. Empeño en el que están volcadas las Organizaciones empresariales, integradas en el Consejo de Turismo de CEOE, que preside el hotelero Joan Gaspart.

La última (y prestigiada) voz que se ha alzado en defensa del Sector corresponde a uno de los prohombres del Partido Popular, Abel Matutes, que no ha dudado en dedicar una entrevista en el telediario estrella de TeleMadrid, a reclamar al Gobierno que no suba el IVA pues "sería un golpe mortal" para el Turismo, alertando sobre el daño que inflingiría a nuestra competitividad.

Estas declaraciones de quien fuera ministro de Asuntos Exteriores en un

Gobierno del Partido Popular (del cual Mariano Rajoy era vicepresidente), las efectuó como presidente de la Mesa del Turismo, veterano *lobby* del Sector Turístico.

A rebufo del desgaste ajeno, el gerente de Exceltur, que no tuvo reparos en postularse como candidato a la Secretaría de Estado de Turismo (y que continúa aspirando a hacer carrera política en el Gobierno de Rajoy), pretende ahora subirse al carro que, con tanto esfuerzo, vienen empujando las Organizaciones empresariales.

No es así como se defienden los intereses del Sector. De ahí el malestar de muchos miembros de Exceltur, que sostienen con sus cuotas el abultado sueldo de un gerente que actúa como el dueño de un cortijo, poniendo este *lobby* al servicio de sus veleidades personales.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El ejemplo del presidente de la Mesa del Turismo, al poner el interés sectorial por encima de su adscripción política, contrasta con la instrumentalización que hace de Exceltur su gerente por veleidades personales

▲ check-in / GOBIERNO DE ESPAÑA

El Turismo, política de Estado

El Turismo es ya "una política de Estado" para el Gobierno de Mariano Rajoy, en palabras de su vicepresidenta, Soraya Sáenz de Santamaría. Esta declaración de principios, se escenificó el pasado viernes en la habitual comparecencia ante la opinión pública de la portavoz gubernamental, realizada tras el Consejo de Ministros, donde el ministro José Manuel Soria dio a conocer el Plan Integral de Turismo, tal y como había adelantado NEXOTUR.

El Sector Turístico confía en que este respaldo institucional al Turismo del Gobierno de España venga acompañado de hechos tangibles, tanto en el marco del Plan presentado por el ministro Soria, como en política general (como la subida del IVA).

Un loable propósito del Gobierno es recuperar la unidad de mercado, a través de la armonización de la legislación autonómica. Aunque no requiere dotación presupuestaria, exigirá un notable esfuerzo a la titular de la Secretaría de Estado de Turismo, Isabel Borrego, y pondrá (o no) en valor al Consejo Nacional de Turismo (formado por las Administraciones Turísticas central y autonómicas), acerca de cuya operatividad existen no pocas dudas.

Aunque las mayores expectativas se centran en el último epígrafe del Plan (el fomento de la colaboración público-privada), y constituya una apuesta por un Sector clave para la economía. Es ahí donde el apoyo puede y debe ser más efectivo, siempre que se lleven a cabo acciones al alimón con las Organizaciones empresariales, especialmente en apoyo de las pymes, que se orienten hacia la formación y la calidad, para impulsar la competitividad sectorial.

★ personaje de la semana / Gonzalo Pascual

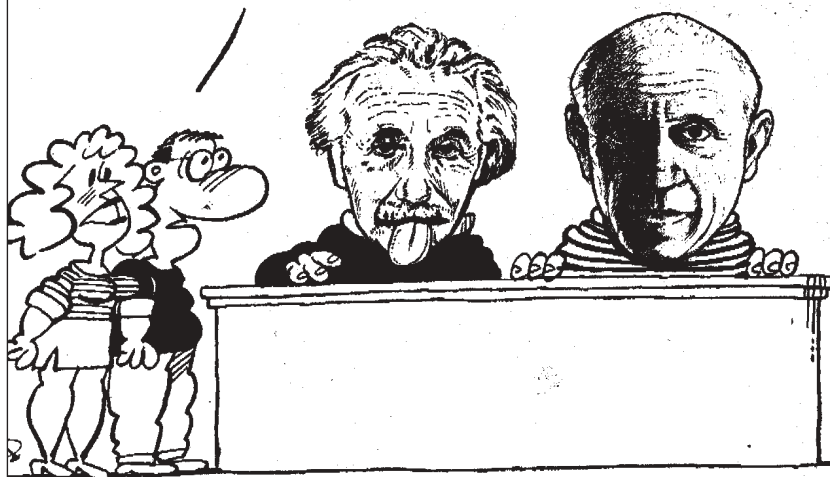
La repentina muerte del copropietario (junto a su socio Gerardo Díaz Ferrán) del Grupo Marsans, a causa de un infarto, pone fin a la agrídulce trayectoria vital de un empresario que, pese a levantar un imperio, acabó en la ruina eco-



nómica y descrédito empresarial. Presidente del Consejo de Turismo de CEOE, Pascual hizo una valiosa aportación a la vertebración del Asociacionismo empresarial del Turismo en España, que es de justicia reconocer.

★ la chispa / Quique

¿ES AQUÍ LA AGENCIA DE TURISMO CULTURAL?



▼ check-out / VENTA EN LA RED

Uno de cada tres, por agencia

Uno de cada tres turistas que llegan a España (el 34%, según los datos del Instituto de Estudios Turísticos) viajan a nuestro país adquiriendo su *paquete* (viaje organizado) a las mayoristas o turoperadores, en su mayoría alemanes, ingleses, franceses e italianos.

El dato es tan revelador como el cambio en la tendencia que ello comporta: cada vez más turistas adquieren sus vacaciones en una agencia.

Una realidad que contrasta abiertamente con la creencia generalizada de que la tendencia en boga es la contraria: compra directa del viaje a los proveedores (del pasaje aéreo a la reserva de hotel).

¿Cómo es posible que pese a que en los últimos años no ha parado de crecer la cuota de mercado del viaje organizado (y, por tanto, la venta de vacaciones en agencias de viajes esté en auge), la percepción de la ciudadanía sea que actualmente los clientes compran sus viajes a través de la Red?

Resulta sorprendente cómo las falacias de los propagandistas de Internet hacen carrera en la opinión pública, pese a que la realidad sea muy otra.

El Sector ha de hacer un importante esfuerzo de comunicación a través de sus *lobbies*, y no sólo domésticos sino también europeos (como ECTAA) y en el ámbito internacional (UFTA e IFTO), para restablecer una realidad, que es sistemáticamente manipulada por quienes dan más valor a las expectativas que a los hechos. Para empezar, impidiendo que la promoción exterior de TurEspaña se centre en la Red, cuando uno de cada tres visitantes llega gracias a la labor prescriptora del agente de viajes. En una tendencia que cada día va a más.

Las agencias de viajes compiten en desventaja y quizás es momento de estudiar un IVA único para los servicios turísticos / La subida del IVA no es una buena noticia para el Sector / Consciente de que los presupuestos se elaboran en un escenario económico complicado, era el momento de establecer prioridades, y el Turismo no lo ha sido para el Gobierno

«Los presupuestos del Gobierno son demoledores para el Sector Turístico»

Sebastián Franquis / Portavoz de Turismo del PSOE en el Congreso

Pese a reafirmar su compromiso con el Turismo, el Gobierno de Mariano Rajoy ha aplicado un fuerte recorte presupuestario. El portavoz de Turismo del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el Congreso de los Diputados, Sebastián Franquis, da su punto de vista sobre ésta y otras medidas del Ejecutivo, además de explicar sus propuestas para impulsar la actividad turística.

P.- Los movimientos turísticos continúan creciendo en España. No obstante, las empresas del Sector siguen muy afectadas por la pérdida de rentabilidad. ¿Qué necesita el Sector para despegar?

R.- En el año 2011 se inicia una recuperación, pero aún estamos lejos de los ingresos que se obtenían antes de la crisis. El desafío fundamental es establecer las condiciones necesarias para un aumento rápido y sostenido de la productividad turística. Es decir, convertir España en un

destino sumamente competitivo, que garantice nuestro liderazgo turístico y permita a los operadores económicos que intervienen recuperar la rentabilidad perdida como elemento que favorezca la inversión y la creación de empleo.

Para ello, es necesario una estrecha cooperación entre el sector público y el privado en el desarrollo de un conjunto de medidas en la línea de incrementar los ingresos del exterior y las pernoctaciones, generar empleo de calidad, mejorar la accesibilidad a nuestros destinos, principalmente la aérea, mejorar el Turismo vacacional, consecuencia de una importante reconversión, etc.

P.- ¿Cuáles son sus previsiones para el cierre de 2012?

R.- Desgraciadamente los últimos datos que conocemos nos indican que la actividad turística española caerá un 0,3% este año. Este descenso se debe a la desfavorable coyuntura socioeconómica de nuestro país, a las previsiones de ulteriores disminuciones de la demanda interna, a las medidas de restricción presupuestaria emprendidas por el Gobierno y, especialmente, a la desproporcionada subida de tasas aeroportuarias, que provocarán una caída de casi 2,9 millones de turistas (entre españoles y extranjeros), que dejarán de generar un gasto de 1.636 millones de euros. Y esto a pesar de que la llegada de visitantes internacionales seguirá creciendo a un ritmo más moderado, pero no suficiente para compensar el descenso del Turismo nacional.

P.- ¿Qué parte del incremento del número de turistas recibidos en

los últimos meses corresponde al efecto trasvase por los conflictos en destinos del norte de África?

R.- No hay duda de que las protestas en el mundo árabe denominadas Primavera árabe han provocado un aumento en el número de visitantes internacionales. Del 7,6% de crecimiento total anual, se ha estimado que entre 3% y un 4% se atribuiría a los turistas desviados, lo que se traduciría en términos absolutos en un flujo entre 1,6 y 2,1 millones de turistas prestados.

P.- ¿Qué medidas debe adoptar el Gobierno para que el Turismo mantenga su peso en el Producto Interior Bruto (PIB)?

R.- El apoyo del Gobierno debe ser fundamental para que no se cumplan las previsiones que nos anuncian que la actividad turística española caerá un -0,3% este año. De ahí la necesidad de adoptar medidas tan importantes como mantener los programas de Turismo social, en primer lugar, por su contribución a luchar contra la estacionalidad y, en segundo, porque ninguno de estos programas suponen un gasto para el Estado, sino una inversión. También es necesario congelar las tasas aeroportuarias; continuar con las líneas de actualización de los planes

Renove y Future, que facilitaban créditos a las empresas turísticas; consolidar el Fondo de Modernización de Infraestructura Turísticas (FOMIT) para continuar promoviendo las inversiones de las administraciones locales; conservar los planes de recualificación de destinos maduros a través de los consorcios; y, desde luego, mantener el esfuerzo en desarrollar la estrategia de promoción y comercialización de España, especialmente en los mercados emergentes. Con una apuesta decidida por estas políticas conseguiremos que la actividad turística española (en crecimiento desde 2009) no entre en recesión.

P.- En la anterior legislatura el Partido Popular (PP) reclamó insistentemente al Ejecutivo una bajada del IVA para las empresas turísticas. ¿Qué le parece que ahora que están en el poder no se hayan plan-

teado una rebaja del tipo impositivo?

R.- Es uno de tantos engaños del PP, como la bajada de las tasas aeroportuarias al 50%, la prohibición de hacer prospecciones petrolíferas en las zonas turísticas, el mantenimiento de los programas de Turismo social, el incremento de los recursos en la promoción externa e interna dirigida a la desestacionalización de la demanda, la captación de clientes en nuevos destinos y la diversificación de productos turísticos, etc.

P.- Lo que sí han hecho ha sido recuperar la Secretaría de Estado de Turismo. ¿Es importante?

La bajada del IVA al Turismo y de las tasas aeroportuarias han sido sendos engaños del PP

La creación de la Secretaría de Estado de Turismo se sabrá si es importante a lo largo de su gestión



teado una rebaja del tipo impositivo?

R.- Es uno de tantos engaños del PP, como la bajada de las tasas aeroportuarias al 50%, la prohibición de hacer prospecciones petrolíferas en las zonas turísticas, el mantenimiento de los programas de Turismo social, el incremento de los recursos en la promoción externa e interna dirigida a la desestacionalización de la demanda, la captación de clientes en nuevos destinos y la diversificación de productos turísticos, etc.

P.- Lo que sí han hecho ha sido recuperar la Secretaría de Estado de Turismo. ¿Es importante?

R.- Eso lo sabremos a lo largo de su gestión. Lo que podemos afirmar ahora es que unas de las pocas partidas que ha aumentado en los presupuestos de Turismo ha sido la de los altos cargos, en un 12,6%, cuando el conjunto del área se ha reducido en un 29,7%. Por eso, no es cuestión de herencia sino de prioridad.

P.- Actualmente la mayoría de empresas turísticas tienen un IVA del 8%, pero en el caso de las agencias de viajes asciende al 18%. ¿No cree que compiten en desventaja?

R.- Sí que lo creo, quizás es el momento de estudiar un IVA único para los servicios turísticos.

P.- ¿Cómo afectaría a la actividad turística una subida del IVA?

R.- No es una buena noticia para el Sector, que ejerce de locomotora de la recuperación económica y del empleo. En estos momentos existe una especial sensibilidad a cualquier subida en los costes y precios.

P.- ¿El Gobierno está apoyando lo suficiente a un sector tan importante para la economía como el Turismo?

R.- El Turismo tiene una reducción global en los Presupuestos Generales del Estado del 29,7% con respecto al anterior ejercicio presupuestario. TurEspaña, dependiente de este departamento, reduce su dotación en un 36,3%. La cifra más representativa de su presupuesto de gastos es la destinada a inversiones reales que experimenta una reducción del 48% en relación con el 2011. El capítulo de transferencias de capital se ha reducido un 45,9% con relación al 2011, de los cuales la cantidad más relevante es la destinada a entidades locales para la sostenibilidad en destinos maduros y los planes de recualificación integral de destinos turísticos. Asimismo, se suprimen los créditos destinados al Plan Future de Infraestructuras Turísticas y se reducen 144,7 millones en la aportación patrimonial destinada al FOMIT. Estas cifras demuestran que los primeros presupuestos del Gobierno popular son demoledores para este sector tan trascendente para la economía española.

P.- ¿Qué opina del recorte presupuestario que ha sufrido el Turismo? ¿Era posible mantener la inversión?

R.- Consciente de que los presupuestos se elaboran en un escenario económico complicado, era el momento de establecer prioridades, y el Turismo no lo ha sido para el Gobierno de Rajoy. Creo que no son los presupuestos que necesita el Sector Turístico español porque no van a contribuir a la recuperación económica del país. No van a coadyuvar al incremento de turistas y del gasto de los mismos. Además, política turística es tener buenas infraestructuras aeroportuarias, buenas carreteras, buena conectividad, es tener buenas infraestructuras sanitarias, buena seguridad pública, etc. y todo eso también ha sufrido un enorme recorte.

El apoyo del Gobierno al Turismo es fundamental

El apoyo del Gobierno debe ser fundamental para que no se cumplan las previsiones que nos anuncian que la actividad turística española caerá un 0,3% este año. De ahí la necesidad de adoptar medidas tan importantes como mantener los programas de Turismo social, en primer lugar, por su contribución a luchar contra la estacionalidad y, en segundo, porque ninguno de estos programas suponen un gasto para el Estado, sino una inversión. También es necesario congelar las tasas aeroportuarias; continuar con las líneas de actualización de los planes

Renove y Future, que facilitaban créditos a las empresas turísticas; consolidar el Fondo de Modernización de Infraestructura Turísticas (FOMIT) para continuar promoviendo las inversiones de las administraciones locales; conservar los planes de recualificación de destinos maduros a través de los consorcios; y, desde luego, mantener el esfuerzo en desarrollar la estrategia de promoción y comercialización de España, especialmente en los mercados emergentes. Con una apuesta decidida por estas políticas conseguiremos que la actividad turística española (en crecimiento desde 2009) no entre en recesión.



SEBASTIÁN FRANQUIS

Renove y Future, que facilitaban créditos a las empresas turísticas; consolidar el FOMIT para continuar promoviendo las inversiones de las administraciones locales; conservar los planes de actualización de destinos maduros a través de los consorcios; y, desde luego, mantener el esfuerzo en desarrollar la estrategia de promoción y comercialización de España, especialmente en los mercados emergentes. Con una apuesta decidida por estas políticas conseguiremos que la actividad turística española (en crecimiento desde 2009) no entre en recesión.

los consorcios; y, desde luego, mantener el esfuerzo en desarrollar la estrategia de promoción y comercialización de España, especialmente en los mercados emergentes. Con una apuesta decidida por estas políticas conseguiremos que la actividad turística española (en crecimiento desde 2009) no entre en recesión.

emirates.es

El mundo quiere conocerte

A partir del 3 de julio, Barcelona se une a Madrid en la red española de Emirates. Así, podrás volar una vez al día desde Barcelona, y dos desde Madrid, con destino a Dubái y a más de 120 destinos en todo el mundo.



Hello Tomorrow


Emirates

Servicio de entretenimiento "ice" galardonado | Cocina Gourmet | Franquicia de equipaje facturado más generosa

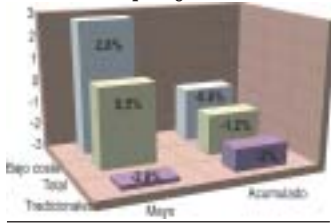
Más de 500 premios internacionales y más de 120 destinos en todo el mundo. Reserva tu vuelo con escala en Dubái a través de tu agencia de viajes o Emirates. Conecta con Emirates a través de nuestras aerolíneas asociadas en los siguientes aeropuertos: Coruña, Alicante, Almería, Badajoz, Bilbao, Fuerteventura, Gran Canaria, Granada, Ibiza, Jerez, Lanzarote, León, Logroño, Málaga, Melilla, Menorca, Murcia, Oviedo, Palma de Mallorca, Pamplona, San Sebastián, Santa Cruz, Santander, Santiago de Compostela, Sevilla, Tenerife, Valencia, Vigo y Zaragoza. Para más información, visita emirates.es o llama al 91 2757792. Disfruta de las ventajas para viajeros frecuentes en skywards.com.

escaparate

Las 'low cost' acaparan el 61% de los pasajeros

De los 5,8 millones de pasajeros aéreos recibidos por los aeropuertos españoles en mayo, el 60,9% corresponde a aerolíneas de 'bajo coste'. Esta modalidad aérea contabiliza un 2,8% más de viajeros. **Pag. 22**

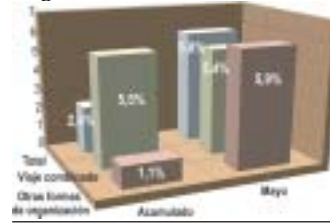
Entrada de pasajeros en avión



Un 6% más de turistas extranjeros durante mayo

Tras perder un 1,7% de turistas internacionales en abril, España recupera la tendencia positiva en mayo, recibiendo algo más de 5,4 millones de viajeros. Esta cifra supone un incremento del 5,8%. **Pag. 10**

Llegada de turistas internacionales



En 2011, los parques de ocio facturan un 1% más

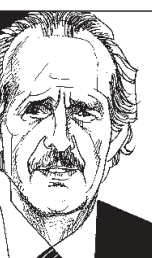
Las ventas de los parques de ocio españoles aumentan un 4% en 2011, con 555 millones de euros. El número de visitantes repunta hasta los 32,2 millones, por el incremento de turistas extranjeros y el buen tiempo. **Pag. 9**

■ Prontuario

El 'camping' como un alternativa (y II)

EN ESPAÑA EL *camping* está cogiendo cada vez más adeptos tanto por una cuestión económica, así como por una inclinación a desconectar, vincularse con la naturaleza, relajarse y disfrutar de otra manera de vivir el ocio.

En los últimos años los *campings* españoles se han puesto a nivel de los europeos, donde hay mucha más tradición de acampada, y han optimizado y renovado instalaciones y equipamientos para mejorar su imagen. Así es que han conseguido registrar en verano de 2011 alrededor de un millón y medio de visitantes extranjeros, casi un 2% más que el año anterior. El público nacional también experimentó un crecimiento, alcanzando los casi tres millones de visitantes, también casi un 2% más que en 2010. En los meses estivales, esta variación se marca en un 6%.



☞ ANTONIO GIMÉNEZ

Esta tendencia positiva hace pensar en un crecimiento del sector que, además, cada vez se está diversificando más para llegar a los diferentes públicos. De esta manera, si bien existe la posibilidad de la estancia en tienda de campaña, también encuentran sitio las caravanas y finalmente está la opción *bungalow*, que resulta lo más parecido a una vivienda, en un entorno cálido y acogedor. Con esta oferta, todos los públicos —incluida la tercera edad— está contemplada y puede disfrutar de esta manera de disfrute.

Con estos datos, se observa que el modelo renovado de *camping* se está afianzando y que tiene buenas perspectivas de crecimiento en el corto y mediano plazo. Se trata, seguramente, de una oportunidad que tanto el propio sector como el comercializador deberá aprovechar.

☞ Antonio Giménez es propietario de Playa Montroig Camping Resort.

El Sector advierte del 'golpe' que supondría para la competitividad de España una subida del IVA

Rajoy no descarta el incremento del tipo impositivo, aunque asegura que la decisión todavía no está tomada

El Sector Turístico teme que el Gobierno actúe en línea con las recomendaciones de la Comisión Europea y aplique de forma inminente una subida

del IVA. En caso de aprobarse este incremento, el Turismo se vería "afectado muy negativamente", especialmente si se produce en plena temporada

de verano. Como explica el presidente de CEAV, "sería conveniente aplazar esta medida hasta que finalice la temporada de verano".

Aunque aún no hay confirmación oficial por parte del Gobierno central, cada vez más gana peso la posibilidad de que se aplique un incremento del IVA en España. El presidente del Ejecutivo, Mariano Rajoy, ha dejado abierta la puerta a una posible subida del tipo impositivo, una de las peticiones formuladas por el Fondo Monetario Internacional (FMI), aunque ha eludido entrar en el debate sobre una decisión que, como destaca, "todavía no se ha adoptado".

A la espera de conocer si finalmente se aprueba esta medida, así como la cuantía del alza y su fecha de aplicación, el Sector Turístico comienza ya a alertar de las consecuencias negativas que tendría para uno de los pocos sectores del país que "mantienen su pujanza", como es el Turismo. Asimismo, indica que si el IVA se aumenta ya, con la temporada alta ya iniciada, las empresas turísticas deberán asumir el coste de todos los productos y servicios ya vendidos, no pudiendo repercutir al cliente la diferencia, con la consecuente pérdida de rentabilidad que se registraría.

Mala noticia para el Sector

En declaraciones a NEXOTUR, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, reconoce que cualquier subida de impuestos "afectará muy negativamente" a uno de los sectores económicos que mejor están resistiendo la crisis. Por ello, en caso de que no haya otra alternativa, el líder del Sector de agencias de viajes considera que "sería conveniente aplazar esta medida hasta que finalice la temporada de verano", ya que "los acuerdos ya están cerrados". También el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, reclama que "si nos lo impone Bruselas y hay que hacerlo, que no afecte al Turismo este año". "Con un incremento del IVA y un fuerte aumento de las tasas aeroportuarias nos quedaremos vacíos", alerta.

En los mismos términos se expresa el presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, quien recientemente pidió al presidente del Gobierno que no se suba el IVA al Turismo, explicando que "sería un golpe mortal para esta fábrica de divisas y empleo". "Además de ser un impuesto poco justo, ya que grava igual a las clases débiles que a las fuertes, tiene el inconveniente de que mientras que para los bienes que se exportan puede desgravarse, en el Turismo no", señala Matutes. Es por ello que considera "fundamental" que no se toque para "mantener la competitividad", como indicaba en el telediario estrella de Telemadrid.

Sensibilidad a la subida

En representación del sector de la hotelería, el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, asegura "entender que la situación económica es grave", pero "una cosa es que el Gobierno no nos baje el IVA y otra muy distinta que acabe subiéndolo". "Necesitamos



El presidente del Gobierno ha dejado la puerta abierta a la subida del IVA.

que como mínimo nos mantengan el tipo impositivo en el 8% para no perder más competitividad", subraya.

Por último, el portavoz de Turismo del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el Congreso de los Diputados, Sebastián Franquis, considera que "no sería una buena noticia para el Sector, que ejerce de locomotora de

la recuperación económica y del empleo en España". "En estos momentos existe una especial sensibilidad a cualquier subida en los costes y precios, por el efecto negativo en la decisión de viajar y sus consecuencias en los resultados de las empresas, con la consiguiente repercusión en la generación de empleo", concluye.

El Gobierno estudia pasar algunos productos de un IVA del 8% al 18%

Tras la recomendación de la Comisión Europea (CE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Gobierno estudia qué productos y servicios podrían salir de la lista del IVA reducido (8%) o superreducido (4%). Así, según confirman



Cristóbal Montoro

desde el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, se está analizando la posibilidad de ampliar las bases imponibles del impuesto para elevar así la recau-

dación, en línea con la recomendación de la CE.

Aunque aún se desconocen los productos y servicios cuyo IVA podría pasar al general (18%), cabe destacar que entre los que se benefician del reducido están algunos englobados en el Turismo, como son la hotelería, restauración, transporte terrestre de viajeros y equipajes y el transporte marítimo y aéreo con Baleares.

A la espera de conocer si alguno de los servicios turísticos

se verán afectados por esta medida, las agencias de viajes ya han mostrado su preocupación. Así, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha vuelto a mostrar su rechazo a una medida de esta índole que "supondría una terrible noticia", ya que provocaría "una pérdida de competitividad respecto a otros destinos". Además, el presidente de la Confederación considera que "al aumentar el costo se reducirá el gasto, por lo que probablemente la balanza de la recaudación del Estado quedaría equilibrada".

Iberia impugnará el laudo del conflicto con los pilotos

Iberia impugnará el laudo de Jaime Montalvo, con el que se puso fin al conflicto entre la aerolínea y el Sepla. Según el presidente de la aerolínea, Antonio Vázquez, "el árbitro se excedió respecto a los términos de su mandato tomando una decisión que afectará negativamente las facultades de los gestores". Vázquez asegura que afectará al objetivo de la compañía aérea.

Air France recortará más de 5.000 empleos

Air France suprimirá 5.122 puestos de trabajo hasta finales de 2013, el 10,3% de la plantilla. La compañía aérea pretende llevar a cabo esta reducción de la masa laboral sin ningún despido, solo mediante bajas incentivadas y jubilaciones. Esta es una de las medidas del nuevo plan de eficiencia de la aerolínea francesa, conocido como Transform 2015.

Comienza el proceso para Capital Verde 2015

La Comisión ha iniciado el proceso para encontrar la ciudad que ganará el título de Capital Verde Europea de 2015. El premio Capital Verde Europea se concede a las ciudades en la vanguardia de una vida urbana respetuosa con el medio ambiente y que pueden servir de modelos a otras ciudades. Todas las ciudades europeas de más de 200.000 habitantes pueden optar al título.

Sevilla avanza como sede de congresos internacionales

El trabajo realizado por el Sevilla Congress and Convention Bureau está dando sus frutos acogiendo un mayor número de congresos internacionales. De hecho, la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) ha contabilizado 16 congresos de asociaciones internacionales en 2011, que permiten a la ciudad avanzar 60 puestos en el ranking.

Gonzalo Pascual, fundador de Spanair y Grupo Marsans, fallece a los 69 años tras sufrir un infarto de miocardio

Pascual protagonizó la quiebra más importante del Sector con la entrada en concurso de acreedores de Marsans

Sobre las cuatro de la madrugada del pasado 21 de junio falleció en su domicilio el que fuera copropietario del Grupo Marsans, Gonzalo Pascual, a causa de un infarto de miocardio. Los servi-

cios de emergencia de Madrid (Samur) intentaron recuperarlo sin éxito. Presidente del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE),

Pascual protagonizó la quiebra más importante del Sector Turístico español con la entrada en concurso de acreedores del conglomerado de empresas que poseía con Gerardo Díaz Ferrán.

El 21 de junio falleció a los 69 años en su domicilio el que fuera copropietario del Grupo Marsans y fundador de Spanair, Gonzalo Pascual, a causa de un infarto de miocardio. Los servicios de emergencia de Madrid (Samur) intentaron reanimarlo sin éxito.

Su hijo Ignacio Pascual destaca que "el disgusto que tenía" su padre derivado de los problemas de Marsans durante los dos últimos años "es lo que se le ha llevado", tras "más de 50 años de trayectoria empresarial". "Mi padre estaba peleando por intentar disminuir el daño causado y devolver el dinero, y seguiremos peleando por ello", asegura, al mismo tiempo que defiende que "era un hombre honrado que luchó mucho, fundó muchas empresas y no tenía dinero".

El nombre de Gonzalo Pascual ha estado siempre ligado al del expresidente de CEOE, Gerardo Díaz Ferrán, con el que se asoció en varias aventuras empresariales como Spanair y

Marsans. Pascual, ingeniero industrial, fundó su primera empresa en 1964, de importaciones y exportaciones, y en 1967 creó Trapsa, ya junto con Díaz Ferrán, dedicada al transporte de líneas de autobús en la provincia de Madrid, que extendió su actividad en toda España, y de la que fue vicepresidente y consejero delegado.

En su dilatada trayectoria figuran entre otros cargos directivos en Spanair, Viajes Marsans, Trapsatur, Travel Bus, Publibus, Air Comet, Aerolíneas Argentinas (aerolínea que fue expropiada a Marsans) y Club de Vacaciones, entre otras empresas. Pascual también fue vicepresidente y presidente del Consejo de Turismo de CEOE, vicepresidente de la Confederación Empresarial Independiente de Madrid (CEIM), vocal del pleno de la Cámara de Comercio de Madrid y miembro del Comité Ejecutivo de Ifema.

En 1989 le fue concedida la Medalla de Plata al Mérito Turístico y en

1996 la Medalla de Oro al Mérito Turístico. Asimismo, el Comité Organizador de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET) le concedió la Insignia de Oro y Brillantes, incorporándose así a la Galería de Próceres del Turismo Español en Iberoamérica.

Quiebra de Marsans

Pascual protagonizó la quiebra más importante del Sector Turístico español con la entrada en concurso de acreedores del conglomerado de empresas del Grupo Marsans, que poseía junto a Díaz Ferrán. Los problemas en Marsans comenzaron con la falta de liquidez, tras verse arrastrado el grupo por la quiebra de Air Comet. El 9 de junio de 2010, Pascual y Díaz Ferrán anunciaron la venta de Marsans a Posibilitum Business, sociedad experta en quiebras. Los empresarios siempre han mantenido que

el cierre se debió a la retirada dos meses antes de la licencia para vender billetes por parte de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) y a la falta de financiación bancaria derivada de la crisis económica.

Desde entonces, tanto los acreedores como el Ministerio Fiscal les demandaron junto a Posibilitum Business ante los juzgados mercantiles y la Audiencia Nacional por presunto vaciamiento patrimonial de las empresas del grupo. Los jueces dictaron el embargo de todas sus propiedades en varios procedimientos. La Audiencia Nacional les imputó por un presunto delito continuado de apropiación indebida por valor de 4,4 millones de euros procedentes del dinero de los clientes. El Juzgado de lo Mercantil número 12 de Madrid está pendiente de resolver la declaración de culpabilidad de los empresarios y la sociedad compradora por la quiebra Marsans. El pasado mayo el Juzgado



Pascual está en la Galería de Próceres del Turismo Español en Iberoamérica.

de lo Mercantil número 9 de Madrid declaró a Díaz Ferrán y a Pascual culpables de la quiebra de Seguros Mercuro y les impuso 15 años de inhabilitación para administrar bienes ajenos, así como el pago de 12,1 millones para cubrir las deudas de la aseguradora.



China

10 días/8 noches

Desde 995 €

Julio - Septiembre

Pekín - Souzhou - Shanghai

Salidas garantizadas desde 2 pasajeros

Para más información y reservas de éste y otros destinos: www.kuoniagencias.es · 902 100 100

LATAM Airlines Group ofrecerá 150 destinos

LAN Airlines y TAM han completado su fusión y ahora, bajo el nombre de LATAM Airlines, proyectan alcanzar unas sinergias aproximadas de 135 millones de euros durante los 12 primeros meses. Asimismo, prevén que esta cifra ascienda a 560 millones de euros en un plazo de cuatro años. El nuevo grupo aéreo ofrecerá a sus pasajeros cerca de 150 destinos en 22 países.

Carnival factura un 1% más en el primer semestre

Carnival Corporation ha concluido el primer semestre de su ejercicio fiscal, finalizado el 31 de mayo, con unas pérdidas de 99 millones de euros, frente a los 285 millones de beneficios del mismo periodo de 2011. No obstante, la facturación de la naviera repunta un 1,1% hasta los 5.679 millones de euros. En el segundo trimestre, registra unas ganancias netas de 11 millones de euros, un 93% menos.

Air Europa 'tematiza' aviones con Disneyland

Air Europa ha decorado cinco de sus aviones con imágenes de Disney por el 20 aniversario de Disneyland Paris. El subdirector de Air Europa, José María Hoyos, ha aprovechado la presentación para afirmar que a la compañía aérea le gustaría convertirse en la aerolínea oficial del parque de ocio. También ha estado presente el director de Disneyland Paris para España y Portugal, Javier Moreno.

Fibes quiere potenciar la captación de congresos

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, Fibes, en su nueva estrategia comercial de colaboración con las instituciones, ha firmado un convenio con el Real e Ilustre Colegio de Médicos de la Provincia de Sevilla. Mediante el mismo ambas entidades trabajarán estrechamente para la mejor promoción y captación de congresos, reuniones y eventos del sector médico.

El Gobierno aprueba el Plan Nacional de Turismo al que destinará en cuatro años entre 1.600 y 1.800 millones

Potenciar la marca España, fidelizar al cliente y armonizar la legislación son algunas de las 28 medidas incluidas

El Gobierno ha dado luz verde al Plan Nacional e Integral de Turismo. Esta iniciativa, incluida en el programa electoral del Ejecutivo, consta de 28 medidas y 104 acciones y contará

con un presupuesto de entre 1.600 y 1.800 millones para los próximos cuatro años. El gran objetivo, según detalla el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel

Soria, es "mejorar la competitividad del Turismo español para que sea motor de impulso y uno de los sectores sobre los que se asiente la recuperación económica del país".

El Consejo de Ministros del 22 de junio ha aprobado el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), al que destinará en el periodo comprendido entre 2012 y 2016 entre 1.600 y 1.800 millones de euros con el fin de incrementar la actividad turística y su rentabilidad, generar empleo, lograr unidad de mercado y mejorar el posicionamiento internacional. "Este plan tiene como objetivo mejorar la competitividad del Turismo para que éste sea motor de impulso y uno de los sectores sobre los que se asiente la recuperación económica del país", destaca el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, en la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros.

Soria detalla que en este ejercicio se destinarán 438 millones de euros, al igual que en 2013, mientras que en 2014 el Turismo recibirá 460 millones y en 2015 un total de 480 millones. Por su parte, la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, hace hincapié en que con el plan se persigue la dinamización de la economía y el crecimiento, insistiendo en que el Turismo "es una política de Estado". Asimismo, recalca que el Ejecutivo "ha hecho un esfuerzo importante" en cuanto a cambios legislativos para reforzar la seguridad jurídica de los que quieren invertir y disfrutar como turistas.

Durante su intervención, Soria también explicó las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta el Sector Turístico en los próximos años. Así, apunta que España posee "ventajas comparativas" frente a los mercados emergentes en 'sol y playa' y cuenta con el apoyo de la Unión Europea para la potenciación de las pymes. No obstante, el titular de Turismo identifica como amenazas la crisis económica y su repercusión en los en la renta de los visitantes potenciales de España, junto con la pronta recuperación de los destinos del arco mediterráneo afectados por la primavera árabe. "No podemos basar la competitividad en el mal ajeno", advierte. Para Soria, es importante que España

"consolide" su posición de liderazgo turístico mundial en los próximos años, por lo que ha instado al sector a no quedarse "impasible".

Seis ejes de actuación

El Plan Nacional e Integral de Turismo, una de las promesas electorales de Mariano Rajoy, está compuesto de seis ejes de actuación, 28 medidas y 104 acciones, y ha sido elaborado durante los últimos seis meses por la Secretaría de Estado de Turismo en colaboración con las Comunidades autónomas, Organizaciones empresariales, sindicatos y demás representantes del Sector. Los pilares fundamentales sobre los que se asienta son la fuerza de la marca España, mediante su promoción coordinada; la orientación al cliente; la gestión encaminada a la fidelización en los mercados maduros; la unidad de mercado a través de la armonización de la legislación; y el fomento de la colaboración público-privada. "Se trata de una hoja de ruta con un enfoque pragmático, con medidas inmediatas, concretas y medibles en cuanto a resultados y efectos", apunta Soria.

Uno de los ejes clave es la mejora del posicionamiento de la marca España, tanto en los mercados consolidados como en los no tradicionales, gracias a la promoción del destino mediante una estrategia conjunta elaborada por TurEspaña y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). En cuanto a la orientación al turista, se buscará la fidelización mediante unas tarjetas que funcionarán con un sistema de acumulación de puntos.

Colaboración público-privada

Por otra parte, se reitera la intención del Ejecutivo de agilizar la expedición de visados y se contempla el establecimiento de bonificaciones en las tarifas aeroportuarias para días valle en los aeropuertos de Canarias, y de los meses de invierno en los aeródromos de Baleares, materia para la que se creará un grupo de trabajo. También ha



La vicepresidenta del Gobierno y el ministro de Industria, Energía y Turismo tras el Consejo de Ministros.

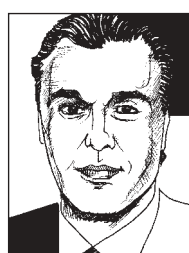
resaltado la importancia de estimular la demanda nacional y promocionar los destinos de interior, para lo que se pondrá en marcha una campaña. Además, el Ejecutivo considera "fundamental" el apoyo a la transformación "integral y real" de los destinos maduros a través de la puesta en marcha de líneas de crédito para las empresas del Sec-

tor con el objetivo de renovar las infraestructuras. Del mismo modo, se busca favorecer la colaboración público-privada y la unidad de mercado a través de la armonización legislativa. Otra de las acciones es la reorganización de las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, actualmente 33, así como la colaboración de Segittur con el ICEX

y las embajadas españolas y la modernización de las Consejerías de Turismo de España en el Exterior. Además, se contempla la transferencia al Instituto Nacional de Estadística (INE) de las estadísticas turísticas y se busca la potenciación del talento y el emprendimiento a través de la creación de líneas de créditos para jóvenes emprendedores.

CEAV acoge con 'satisfacción' el plan porque incluye demandas del Sector

El presidente de CEAV, Rafael Gallego, acoge con "satisfacción" el Plan Nacional e Integral de Turismo aprobado por el Consejo de Ministros. Según destaca, la nueva estrategia presentada por el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, junto a la presidenta del Gobierno, Soraya Sáenz "inclu-



Rafael Gallego

ye las reclamaciones que venía haciendo el Sector de agencias de viajes desde hace años". Gallego se muestra a favor de muchas de las medidas que forman parte de esta 'hoja de ruta' para los próximos cuatro años de legislatura, como son la promoción de la marca

España, la armonización de las diferentes normativas turísticas de las Comunidades autónomas y la

puesta en marcha de las tarjetas de fidelización de turistas. Sobre esta última medida, el presidente de la Confederación resalta que "seis de cada ocho turistas que visitan España son repetidores, por lo que es muy importante darles un reconocimiento". Gallego también ha destacado que la agilización de visados "es muy importante", aunque matiza que se podría haber llegado más lejos "eliminando su requerimiento en países como Rusia".

EasyJet reducirá un 7% sus vuelos en España

Easyjet reducirá un 7% sus vuelos en España a partir del invierno 2012-2013. La compañía aérea de 'bajo coste' también se está planteando dejar de utilizar el aeropuerto de Barajas como base, aunque asegura que continuará operando en el país. La aerolínea justifica la medida argumentando que la rentabilidad de la base madrileña es menor que la del resto de las que cuenta en Europa.

Afectados por cese Spanair reclaman fondo de garantía

El abogado y portavoz de la asociación de afectados por el cese de operaciones de Spanair, Cándido Conde-Pumpido, ha pedido la creación de un fondo de garantía, como el Fondo de Garantía Salarial (Fogasa), en una intervención en la Comisión de Economía en el Parlamento de Cataluña. Con ello se evitaría que "los usuarios se vean desprotegidos" en el caso de quiebras aéreas.

Nueva campaña de ONU por transporte sostenible

El programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente (PNUMA), junto con docenas de compañías de transporte en tren, metro, bus y viajes compartidos a través de Europa, están lanzando la campaña 'Viajemos juntos' con el objetivo de cambiar el comportamiento de los viajeros. Mostrará cómo el transporte sostenible puede ayudar a poner en marcha la transición a una economía verde.

El Convention Bureau de Murcia cambia de imagen

La Oficina de Congresos de Murcia ha cambiado su imagen corporativa tras 14 años, con un nuevo diseño más actual y unos colores muy mediterráneos, ofreciendo una imagen fresca y dinámica de la entidad. Asimismo, ha aprovechado este cambio para estar presentes en las redes sociales. Además, estrenará próximamente una nueva página web, más ágil, moderna y funcional.

El G20 reconoce al Turismo como motor

La Declaración de los Líderes del G20, que se han reunido en Los Cabos (México), hace referencia a la importancia del Turismo. "Reconocemos el papel de los viajes y el Turismo como instrumento para la generación de empleo, crecimiento y desarrollo económico", afirman. Por ello, aunque admiten "el derecho soberano de cada Estado de controlar la entrada de los ciudadanos extranjeros", se comprometen a "trabajar para desarrollar iniciativas que faciliten los viajes para apoyar la creación de empleo, el trabajo de calidad, el abatimiento de la pobreza y el crecimiento global".

Es la primera vez que el Turismo figura en la Declaración de Líderes del G20, y ello "representa la culminación de los esfuerzos realizados durante años por el Sector", destacan la Organización mundial del Turismo (OMT) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT). Según un estudio de ambas, los países del G20 podrían incrementar el número de turistas en 122 millones, generar otros más de 162.000 millones de euros en exportaciones turísticas y crear más de cinco millones de nuevos puestos de trabajo de aquí a 2015 si agilizaran los procedimientos de emisión de visados y las normativas de entrada.

Los parques de ocio españoles facturan un 4% más en 2011 y ganan un millón de visitantes

El debilitamiento de la demanda provocará una reducción de visitantes, aunque las ventas crecerán tímidamente

Después de tres años de caídas, las ventas de los parques de ocio españoles aumentan un 4% en 2011, situándose en 555 millones de euros. El

número de visitantes repunta hasta los 32,2 millones, gracias al incremento en la entrada de turistas extranjeros y a las buenas condiciones

climatológicas. Para 2012 se espera un descenso del número de visitantes por el empeoramiento de la coyuntura económica en el país.

La facturación de los parques de ocio españoles se sitúa en 555 millones de euros en el ejercicio de 2011, un 4,1% más que en el año anterior, rompiendo con la tendencia negativa de los tres últimos ejercicios. Según un estudio de DBK, el número total de visitantes experimenta un repunte similar (un millón más que en 2010), hasta los 32,2 millones, en un contexto de reactivación del Turismo extranjero, especialmente en las zonas costeras.

La mejor evolución corresponde al segmento de parques temáticos, cuyo volumen de ventas se sitúa en 172 millones de euros, un 7,5% más. Asimismo, su número de visitantes crece un 13,3% hasta los 6,8 millones. Los parques acuáticos alcanzan una cifra de negocio de 131 millones de euros, un 3,1% más que en 2010, beneficiándose de las altas temperaturas registradas en la temporada estival. Por su parte, la facturación generada por el conjunto de zoológicos, acuarios y parques de la naturaleza sube un 3,5% en 2011, hasta situarse en 207 millones de euros. El segmento de parques de atracciones es el único que experimenta un descenso durante 2011, con 45 millones de euros, un 2,2% menos.

Para el cierre de 2012 se espera un descenso del número de visitantes debido al empeoramiento de la coyuntura económica en el país y el debilitamiento de la demanda turística internacional. Sin embargo, el volumen de negocio de los parques de ocio crecerá medio punto porcentual respecto a 2011. En cuanto a 2013, DBK espera un aumento de alrededor del 1,5%, con lo que la facturación rondaría los 570 millones de euros.

El segmento de parques temáticos será previsiblemente de nuevo el que registre una mejor evolución, debido a las atracciones inauguradas en algunos de los principales parques en la presente temporada. Así, sus ingresos subirán en torno a un 3%, situándose en unos 175 millones de euros.

Mayor concentración

Analizando la estructura de la oferta en España, en la actualidad hay un total de 129 parques de ocio, de los cuales 71 son zoológicos (incluyendo acuarios y parques de la naturaleza), 47 parques acuáticos, seis parques de atracciones y cinco parques temáticos. Estas cifras



Los cinco primeros operadores reúnen una cuota conjunta de mercado del 73,4%.

no se han incrementado en los últimos años debido a la paralización de proyectos de apertura de nuevos parques como consecuencia de la adversa situación económica, según el estudio de la consultora.

Este sector está liderado por un reducido número de grupos con un sólido posicionamiento y una amplia experiencia, destaca DBK. Junto a

ellos operan un alto número de empresas pequeñas de ámbito local de actuación. En el año analizado, los cinco primeros operadores del sector reúnen una cuota conjunta de mercado del 73,4%, participación que se eleva hasta el 83,4% al considerarse a las diez primeras empresas. Esta última participación es dos puntos superior a la que se registró en 2009.

Hola, Abu Dhabi. Buenos días al Mundo.

Vuelos diarios a Abu Dhabi con multitud de conexiones hacia Oriente Medio, Asia, África y Australia.

902 44 88 86 (329 40001)

Air Berlin Your Airline. ETIHAD AIRWAYS

now you're better connected

El Turismo crecerá este verano igual que en 2011

La actividad turística mantendrá un crecimiento similar al del verano anterior, según las previsiones del catedrático del departamento de dirección de *marketing* de Esade, Josep Francesc Valls. "Llevaremos el mismo ritmo y se mantendrán al mismo nivel excursiones, *city breaks* y 'paquetes'", afirma. No obstante, reconoce que las vacaciones cortas se verán más afectadas por el recorte del gasto.

Abierto el plazo para ser receptora de turistas chinos

Las agencias establecidas en España que quieran ser receptoras de turistas chinos deberán inscribirse en la lista que facilita semestralmente la Comunidad Europea a las autoridades del país. Así, según informa TurEspaña, el plazo para apuntarse finaliza el próximo 10 de julio. Por tanto, las agencias interesadas deberán ponerse en contacto con la Secretaría de Estado de Turismo o TurEspaña.

Cathelicopters operará en septiembre en Ceuta

Las conexiones aéreas que unen Ceuta con Algeciras y Málaga no estarán operativas, en el mejor de los casos, hasta la "segunda quincena de septiembre". Cathelicopters considera que para entonces estará en condiciones de gestionar sus servicios una vez cuente con el visto bueno de su consejo. La compañía catalana asegura ser consciente "de la importancia de este servicio".

Segovia apuesta por el sector MICE este año

El Área de Turismo de Segovia sigue apostando por potenciar el sector MICE dentro de las diferentes líneas del mercado turístico hacia los que la Empresa Municipal de Turismo dirige sus acciones de promoción y comercialización. En el primer semestre de 2012, Segovia Convention Bureau ha colaborado en la organización y captación de 22 acontecimientos con 3.280 delegados.

No se podrá aplicar la subida de tasas en los billetes ya adquiridos

Las aerolíneas solamente podrán trasladar a sus clientes la subida de las tasas aeroportuarias contempladas en los Presupuestos Generales del Estado (PGE) a aquellos billetes comprados con posterioridad a la entrada en vigor del proyecto de ley, prevista para el mes de julio. El Senado ha dado el visto bueno a la propuesta de Convergència i Unió (CiU), que contó con el apoyo del Partido Popular (PP), y que niega la posibilidad de aplicar el incremento con carácter retroactivo.

De esta forma, los billetes de avión adquiridos antes de la aprobación de los PGE quedarán exentos de la repercusión del aumento de las tasas aeroportuarias, aunque se realice el viaje con posterioridad. El portavoz de CiU en el Senado, Jordi Vilajoana, subraya que gracias a esta disposición "cualquier usuario que vaya a tomar un avión, por ejemplo en agosto, y haya adquirido los billetes en febrero, no tendrá que pagar ese aumento en las tasas". "En unas

cuentas públicas en las que el PP aplica el rodillo, CiU llega a un acuerdo que beneficia a los ciudadanos y al Turismo", resalta.

Como ha publicado NEXOTUR, las tasas aeroportuarias subirán un 18,9% de media en el conjunto de la red AENA, según se desprende del proyecto de ley de los PGE. No obstante, este aumento se verá compensado en parte por la rebaja del 7,5% aplicada sobre la tasa en ruta de navegación aérea. Esta revisión al alza ha sido muy criticada por las compañías aéreas, que alertan que en el caso de Barajas y El Prat el incremento podría alcanzar el 50%.

Por ello, Organizaciones como la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) y las Asociaciones de Operadores de Compañías (AOC) han pedido la congelación de las tasas de cara a 2013. "Pretender que la solución de los problemas pueda cargarse a las cuentas de resultados de las compañías aéreas, es un ejercicio incompatible con la razón económica", critican ambas asociaciones.

Los españoles cancelarán 700.000 viajes durante este verano con un coste de 175 millones de euros

Solo uno de cada cuatro turistas nacionales irá protegido con un seguro

De los 23 millones de viajes previstos para esta temporada de verano, unos 700.000 se cancelarán, según previsiones de Intermundial Seguros. Estas anulaciones tendrán un coste para los consumidores españoles de 175 millones de euros, ya que solamente el 25% cuenta con una póliza de cancelación.

Los españoles tienen previsto realizar un total de 23 millones de viajes este verano, aunque un 3% de estos desplazamientos (unos 700.000) se anularán por causas ajenas a su voluntad. Según un estudio de Intermundial, el coste total de estas anulaciones ascenderá a 175 millones de euros. Esto se debe a que tan solo uno de cada cuatro turistas irá protegido con una póliza de anulación, lo que evita tener que abonar la sanción por suprimir el viaje.

La salud y los asuntos laborales son las causas más frecuentes de cancelación. De hecho, un 65% de las del pasado verano se debieron a motivos de salud, y se estima que esta cifra se



Manuel López

mantendrá este verano. Le siguen los motivos laborales, que suponen un 10% de los casos, "una cifra que se elevará este verano debido al actual clima de inestabilidad laboral motivada por la crisis económica", afirman. Dentro de este apartado, el despido y la incorporación a un nuevo puesto de trabajo serán una vez más las razones más habituales.

Aplicación estricta

Según el consejero delegado de Intermundial, Manuel López, "los gastos de cancelación y penalizaciones se aplican cada día de forma más estricta". "Por eso los viajeros deben concienciarse de la importan-

cia de contratar seguros en cada uno de sus desplazamientos", añade.

La mayor parte de las anulaciones (el 76%) se realizan en las dos últimas semanas antes del inicio del viaje, lo que puede suponer un gasto considerable según el tipo de reserva. La penalización para los turistas con un viaje combinado oscila entre el 5% y el coste total del viaje, en función del tiempo que reste hasta la fecha de la salida.

Las reservas de vuelos tienen más o menos gastos de anulación según la compañía aérea y el tipo de tarifa. Las aerolíneas low cost y algunas tarifas de las compañías convencionales, por ejemplo, cargan gastos desde el momento en que se compra el billete. Y lo mismo sucede con determinadas tarifas de establecimientos hoteleros.

España supera los cinco millones de turistas extranjeros en mayo, lo que supone un incremento cercano al 6%

Casi el 34% de los viajeros llegados al país lo hace un con viaje organizado, modalidad que crece más de un 5%

El Receptivo vuelve a crecer en España. Tras los datos negativos de abril, mes en el que la entrada de turistas se redujo un 1,7%, en mayo el país ha recibido un 5,8% más de viajeros internacio-

nales, superando los 5,4 millones. El mercado emisor alemán experimenta la mayor subida, con una tasa del 17,6%. Por Comunidades de destino, Cataluña se mantiene en primer lugar

con 1,4 millones, un 13,8% más. Baleares es el segundo destino nacional con 1,2 millones, un 3% más, mientras que Andalucía ocupa la tercera plaza con un descenso del 3,4%.

Tras perder un 1,7% de turistas internacionales en abril, España recupera la tendencia positiva en mayo, recibiendo algo más de 5,4 millones de viajeros. Esta cifra supone un incremento del 5,8% frente al mismo mes de 2011, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) que elabora el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Además, se trata del mayor crecimiento en la llegada de turistas en los tres últimos años en dicho mes.

En el acumulado, las llegadas ascienden a 19,1 millones, con una variación interanual del 2,4%. Reino Unido, con 4,3 millones figura como el primer emisor en estos cinco meses, seguido de Alemania con 3,1 millones y de Francia con 2,8 millones.

Profundizando en los datos de mayo, Alemania, al que correspon-

de el 16,4% del total de las entradas, muestra la evolución más favorable, siendo el origen de un 17,6% más de viajeros con más de 888.000. Reino Unido se mantiene a la cabeza con 1,4 millones de viajes, un 1,2% más. Cataluña recibe la mayor parte de ese nuevo flujo, mientras sus principales destinos, Baleares y Canarias, se mantienen estables.

El 'paquete' crece

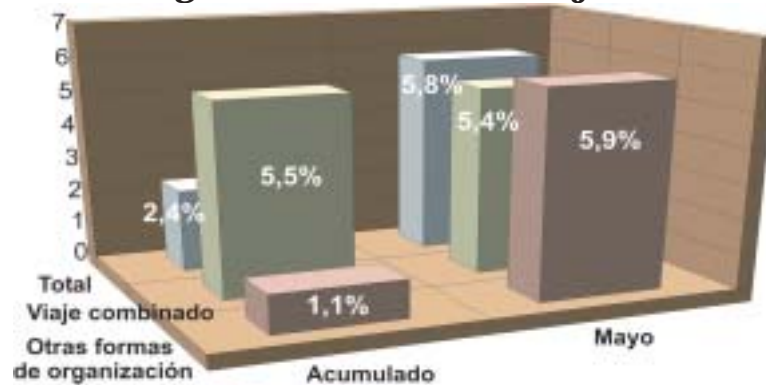
Francia también aumenta su volumen de visitas un 6,3%, alcanzando los 772.000 turistas, mientras que la llegada de turistas italianos sube un 3,5%, con unos 314.000. Del resto de mercados destacan los fuertes incrementos interanuales del 15,2%, 11,5% y 10% de Suiza, países nórdicos y Estados Unidos, respectivamente.

Por Comunidades autónomas de destino, Cataluña se mantiene en primer lugar con 1,4 millones, un 13,8% más que en mayo de 2011. Reino Unido es uno de los mercados que más contribuye a este avance. Baleares es el segundo destino nacional con 1,2 millones, lo que supone un avance del 3%, mientras que Andalucía ocupa la tercera plaza con 735.000 visitantes pese a experimentar un descenso del 3,4%.

Canarias, en cuarto lugar, crece levemente en número de turistas (un 0,7%), superando los 630.000 viajeros. A continuación aparecen Comunidad Valenciana y Madrid, ambas con cerca de 500.000 visitantes, que registran tasas positivas del 3,3% y 22,6%, respectivamente.

Según la forma de organización del viaje, el 'paquete' turístico sigue

Llegada de turistas extranjeros



Fuente: IET.

© NEXOTUR

mostrando una evolución positiva. En mayo, su uso aumenta un 5,4%, con cerca de dos millones de turistas (el 33,6% del total). Por su parte,

el número de visitantes internacionales que optan por otras formas de organización aumenta un 5,9%, hasta los 3,6 millones.

UE busca una mayor seguridad en el transporte terrestre

La Comisión Europea ha adoptado un documento de trabajo para el desarrollo de una política de seguridad del transporte en la Unión Europea (UE), centrada en particular en el déficit de política comunitaria relativa a la seguridad del transporte terrestre. Así, el objetivo será la creación de un grupo de expertos, que asistirá a la Comisión en la elaboración y realización de las actividades de la UE destinadas a desarrollar una política de seguridad en relación con el transporte terrestre.

Andalucía prioriza promoción del Turismo de Congresos

El consejero de Turismo de la Junta de Andalucía, Rafael Rodríguez, ha anunciado que el Turismo de congresos e incentivos será prioritario en el nuevo Plan Director de Marketing de Andalucía, que contará con el máximo consenso de la iniciativa privada. En comparecencia parlamentaria, el consejero ha señalado que la Comunidad andaluza cuenta con cerca de 400.000 plazas para eventos, una cifra que "no puede ofertar ninguna otra Comunidad".

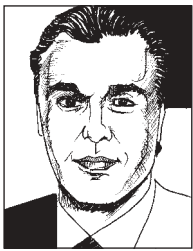
CEAV traslada a Renfe la preocupación de las agencias por su nueva estrategia comercial

Las agencias se mantienen como 'un canal prioritario' para la operadora ferroviaria

En la primera toma de contacto entre Renfe y CEAV, la operadora ferroviaria se ha comprometido a seguir apoyando a las agencias, aunque sin prescindir del resto

de canales. Así lo confirma el presidente de CEAV, quien destaca que el encuentro "demuestra la voluntad por parte de Renfe de no herir susceptibilidades en el Sector".

"No nos damos por satisfechos, pero al menos hemos comprobado la voluntad de Renfe de no herir susceptibilidades en el Sector", señala el presidente de CEAV, Rafael Gallego,



Rafael Gallego



Julio Gómez-Pomar

les de venta", según expuso la compañía ferroviaria. Así, también habilitó las máquinas *autochecking* para la venta de billetes en la mayoría de las estaciones, am-

plió el periodo de venta anticipada a 120 días y lanzó una promoción con descuentos de hasta el 80%. Todas estas medidas han despertado el rechazo del Sector de agencias de viajes, que llegó a tachar la estrategia de "competencia desleal" al canal. Por ejemplo, el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, afirma que "se trata de un grave error por parte de la operadora ferroviaria", ya que "supone un agravio para el Sector de agencias de viajes, y además va a significar una pérdida absurda de ingresos para Renfe". También el presidente de la Unión Ceus, Agustín Lamana, destacó el "extraordinario perjuicio" que supone esta medida, asegurando que "un canal de distribución tan eficaz y económico no se merecen, en absoluto, este tipo de políticas".

Posteriormente, el presidente de Renfe explicó que la compañía ferroviaria "tiene que ser capaz de adaptarse, a través de una cultura comercial moderna, a las nuevas necesidades de los clientes". Sin embargo, confirmó que mantienen acuerdos con las agencias de viajes, que son "colaboradores estratégicos para la comercialización de productos y servicios de valor añadido".

llego, tras reunirse con el presidente de Renfe, Julio Gómez-Pomar, y con el director comercial, Francisco Cañamero. En la primera toma de contacto de la Confederación con la nueva dirección de la compañía ferroviaria, Gallego ha puesto de relieve la preocupación de las agencias de viajes por los cambios introducidos en la estrategia comercial de Renfe.

No obstante, explica a NEXOTUR que el presidente de Renfe se ha comprometido "a seguir apoyando a las agencias de viajes sin prescindir del resto de canales". Asimismo, Gallego asegura que "no va a haber ningún tipo de enfrentamiento", ya que "ambas partes sabemos que debemos entendernos".

En este sentido, el presidente de CEAV destaca que "aproximadamente el 34% de las ventas de Renfe" se distribuyen a través del sistema utilizado por las agencias de viajes. Además, señala que "hay muchas agencias que realizan las compras directamente en su *web*, por lo que el peso del canal en la producción de la compañía ferroviaria podría rondar el 47%". Finalmente, Gallego revela que en la primera quincena de julio volverán a reunirse con la dirección comercial para "seguir hablando sobre temas que afectan al canal".

Nueva política comercial

El primer encuentro del Sector con el nuevo consejo directivo se produce tras el malestar surgido a raíz del giro dado por la compañía ferroviaria en su política comercial. Tal y como publicó NEXOTUR, Renfe eliminó a mediados de mayo los gastos de gestión en su *web*, medida enmarcada dentro de un plan "para reforzar todos los cana-

GEBTA España denunciará a Renfe por presunto abuso de posición dominante

GEBTA España va a trasladar de forma inmediata a la Comisión Europea (CE) los supuestos de abuso de posición dominante por parte de Renfe. Considera que determinadas prácticas de distribución en el mercado español podrían ser lesivas para la competencia en la medida en la que



Michel Durrieu

aparándose en su monopolio público, sitúan a dicha compañía en posición preferente, impidiendo la completa disponibilidad y acceso a la totalidad de tarifas y productos por parte de terceros, y la comercialización en las mismas condiciones que la operadora.

El consorcio español reportará igualmente ante la CE la decisión unilateral de Renfe de realizar una subida de tarifa simultánea a dicha eliminación unilateral de los gastos de gestión en la venta de billetes de AVE-Larga Distancia por Internet en *www.renfe.com*, medida introducida 'de facto' el pasado 10 de mayo. El presidente de GEBTA España, Michel Durrieu, explica

que "la eliminación del gasto de gestión de Renfe en la venta a través de su propio canal *online*, lejos de suponer un ahorro para los consumidores, se ha convertido en un mayor coste para éstos, en la medida en la que se ha trasladado directamente a la tarifa del billete". "Esta decisión comporta un incremento estimado del 3% en el precio medio del billete, cuyo impacto se prevé en unos 100 millones de euros de ingreso adicional por el sobrecoste que deberán soportar los viajeros en un año, 50 millones en 2012", detalla.

Por todo ello, GEBTA ha tomado la decisión de intervenir, para defender los intereses de los pasajeros y de las agencias de viajes y anuncia su intención de seguir el trámite necesario para denunciar las últimas decisiones de la operadora. Según Durrieu, "la actuación de Renfe, con respecto a su principal canal de distribución, las agencias, no es leal y constituye un ataque directo a la competencia".

Aseguramos
tu tranquilidad.



Select
Seguro multiasistencia de viaje.

Lo tienes claro: sabes cómo viajar.
Por eso, eliges la mejor cobertura
para ti: la seguridad que solo
una empresa líder puede ofrecerte.
www.erv.es

Vueling aumenta ventas antes la subida de tasas

Vueling ha detectado en los últimos días de junio un aumento de la venta de billetes ante la inminente subida de las tasas aeroportuarias, que en el caso de Madrid y Barcelona podrían ascender al 50%. En concreto, entre el 22 y el 24 de julio la aerolínea experimentó un repunte del 15% respecto a 2011. Reservar antes de que entre en vigor esta subida de tasas supone un ahorro de hasta 20 euros.

Impulso al proyecto de Turismo Senior Europa

La Organización Internacional de Turismo Social (OITS) contribuirá a la promoción del proyecto Turismo Senior Europa ante los organismos europeos, tras firmar un acuerdo con Segittur, entidad gestora del proyecto. OITS también buscará el establecimiento de acuerdos de colaboración con otros países miembros de la Unión Europea, extendiendo así esta iniciativa y sus beneficios.

Cataluña recibirá un 3% más de turistas extranjeros

El Turismo extranjero aumentará un 3,2% en 2012 en Cataluña, frente al 5,4% de 2011. Esta es una de las conclusiones del índice de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) sobre la actividad turística, que revela que el gasto por visitante descenderá un 1,6% hasta 741 euros. La ralentización responde a la incertidumbre económica, a la pérdida del "efecto rebote" y a los eventos deportivos.

Alsa continúa trabajando con carroceros Sunsundegui

Sunsundegui fabricará 21 unidades de su modelo Sideral 2000 para Alsa, que opera en Navarra con Conda y Tafallesa. El valor del pedido es de 3,1 millones de euros. La colaboración entre ambas comenzó en 1995 con la fabricación de la carrocería Stilo. Durante estos 17 años han sido más de 340 unidades las adquiridas por el operador de transporte de viajeros Alsa al carroceros navarro.

IATA solo aceptará los pagos al BSP mediante transferencia

IATA no permitirá a las agencias de viajes los pagos con cheques a partir del próximo 16 de julio, aceptando únicamente los realizados mediante transferencia bancaria. Con esta medida, busca evitar problemas operativos, como los defaults técnicos motivados por la confección incorrecta de los cheques.



Javier Valdés

como un sobrecoste para la agencia.

Con la eliminación de los pagos con cheque, modalidad cada vez menos utilizada por los agentes de viajes, IATA persigue, entre otras cosas, evitar los problemas operativos que conlleva. Por ejemplo, los defaults técnicos motivados por una incorrecta confección de los cheques. Asimismo, fuentes del Sector de agencias aseguran que también se garantiza que las aerolíneas dispongan del dinero el mismo día fijado para la liquidación mensual.

Las agencias de viajes ya no podrán liquidar con cheques al BSP a partir del 16 de julio. La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) dio a principios de año seis meses a las agencias para su adaptación a este nuevo sistema de pago, plazo que finaliza este mes.

De este modo, solo se aceptarán los pagos mediante transferencia bancaria. Pese a ser mucho más utilizada que los cheques, esta fórmula de pago implica que los agentes deban realizar el ingreso con unos dos días de antelación, así

Tal y como adelantó NEXOTUR, la pretensión inicial de IATA era prohibir la utilización de cheques en enero. No obstante, ante la presión de las Organizaciones empresariales de agencias de viajes, que defendían que "la medida no podía entrar en vigor tan pronto", el lobby aéreo les dio un plazo de seis meses.

El Turismo puede contribuir de 'significativamente' a los tres pilares del desarrollo sostenible, según Río+20

'Necesitamos políticas que nos hagan avanzar hacia un crecimiento más justo', destaca Rifai

El Turismo tiene potencial para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental. Así lo aseguran los participantes en el evento 'Turismo para un futuro sostenible',

celebrado en el marco de la reunión Río+20 y en el que se ha resaltado la capacidad de este Sector para crear empleo y dar sustento, especialmente a mujeres y jóvenes.

Los participantes en la jornada 'Turismo para un futuro sostenible', evento paralelo a la reunión de Río+20, concluyen que el Turismo puede aportar una contribución "significativa" a los tres pilares de desarrollo sostenible, como son el económico, el social y el ambiental. Los expertos coinciden en señalar que el Sector proporciona empleo y sustento a millones de personas, especialmente mujeres y jóvenes.



Taleb Rifai

"El Turismo está vinculado con los siete temas clave discutidos en Río+20 (empleo, energía, ciudades, alimentación, agua, océanos y desastres) y puede ser un factor de desarrollo tanto para los países avanzados como para los que están en vías de desarrollo", ha afirmado el minis-

tro de Turismo de Brasil, Gastao Vieira, en la inauguración. En su intervención, el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, ha resaltado que "en medio de preocupaciones económicas crecientes, hoy, más que nunca, necesitamos pedir políticas correctas, inversiones adecuadas y prácticas empresariales apropiadas que puedan hacernos avanzar hacia un crecimiento más justo".

"La capacidad del Turismo para crear empleo es esencial en este debate", sostiene el secretario General de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Supachai Panitchpakdi. "No podemos olvidar que por cada empleo que se crea en este Sector, se

crean muchos más en otras actividades económicas", recuerda.

Los participantes en este evento paralelo a Río+20 también han subrayado el papel del Turismo sostenible en la creación de "empleo decente" y en la eliminación de la pobreza. Por ello, instan a mejorar el vínculo entre las comunidades locales y los atractivos turísticos para hacer de este Sector una herramienta más eficaz en la lucha contra la pobreza y mejorar la sensibilización de los turistas respecto a su obligación de respetar y proteger el entorno. En la clausura del evento, el secretario general de la Cumbre para la Tierra de 1992 Maurice Strong, ha destacado que el Sector tiene un interés real en proteger el medio ambiente "y un enorme potencial para la economía verde, ya que son sus activos los que necesitamos conservar y potenciar".

La contribución del sector de los cruceros a la economía de Europa alcanza la cifra récord de 36.700 millones

Genera un gasto directo de 1.298 millones de euros en España, donde da empleo a más de 27.000 personas

El sector de los cruceros prosigue con su crecimiento a pesar de la coyuntura económica adversa. Su aportación a la economía europea se sitúa en 2011 en 36.700 millones de euros, frente a

los 35.200 millones del año anterior. Además, su gasto directo asciende a 15.000 millones de euros. Europa es uno de los principales destinos de cruceristas y de barcos de todo el mundo, lo

que conlleva unas cifras muy significativas de inversión y gasto. En 2011, alrededor de 5,6 millones de pasajeros escogieron un puerto europeo para iniciar su crucero, un 7,1% más.

La crisis no ha frenado el ritmo de crecimiento del sector de los cruceros. Según revela el Informe Anual de Contribución a la Economía Europea, elaborado por el Consejo Europeo del Crucero (ECC, por sus siglas en inglés), su contribución a la economía europea alcanza la cifra récord de 36.700 millones de euros en 2011, 1.500 millones más que en el ejercicio anterior. Además, experimenta un incremento del 54% en comparación con 2006.

El gasto directo de este segmento turístico es de 15.000 millones de euros en toda Europa, de los cuales 1.298 millones corresponden a España (un 9,4% más que en 2010). Todas las categorías contempladas en este apartado muestran una evolución positiva, aunque el principal motor de este incremento es el desembolso de

los cruceristas y la tripulación en los puertos, que se eleva cerca del 14%. En el capítulo del empleo, el sector genera 315.000 puestos de trabajo en el viejo continente, superando los 308.000 de 2010. De éstos, 27.437 corresponden al mercado español.

El delegado de ECC en España, Carlos Pedercini, asegura que "es una muy buena noticia comprobar que, en un entorno económico denso, el sector sigue creciendo de forma sostenida, elevando año tras año su aportación a la economía y al empleo en España". "Un ejemplo son los casi 27.500 puestos de trabajo que la industria del crucero generó en nuestro país en 2011", añade.

Según el informe, Europa es uno de los principales destinos de cruceristas y de barcos de todo el mundo, lo que conlleva unas cifras muy

significativas de inversión y gasto. En 2011, alrededor de 5,6 millones de pasajeros escogieron un puerto europeo para iniciar su crucero, lo que representa un incremento del 7,1% respecto a 2010. De éstos, casi el 25% lo han hecho desde puertos españoles, que ocupan la segunda plaza, siendo Barcelona y Mallorca los que registraron mayor afluencia.

En cuanto a los destinos más visitados, los puertos españoles también ocupan la segunda posición. En 2011 recibieron 5,2 millones de cruceristas, lo que supone el 18,7% del total de Europa. Málaga, Cádiz y Vigo se encuentran en el top ten en sus respectivas zonas de operación.

El informe también analiza la influencia del trágico accidente del Costa Concordia del pasado mes de enero en la isla italiana de Giclio, resal-



El sector da empleo a 315.000 personas en toda Europa.

tando que "el sector reaccionó de forma inmediata". "Puso en marcha rápidamente un proceso de revisión y mejora de las medidas de seguridad

para devolver la confianza a los consumidores acerca de lo seguras y agradables que son unas vacaciones a bordo de un crucero", detalla.

El segmento de alquiler de coches reclama ser considerado como una actividad turística

Muchas empresas del sector han tropezado en sus planes de renovación de flota con la puerta cerrada de la financiación

El sector del alquiler de vehículos ha participado en la III Cumbre del Turismo de CEOE, al igual que en la elaboración del documento con las conclusiones que ha sido entre-

gado al ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, en la celebración del evento el pasado mes de abril. Para sus representantes este segmento debe estar

dotado de unas mínimas reglas de juego y, sobre todo, debe considerarse como actividad turística. A continuación, NEXOTUR publica esta parte del documento.

El sector de alquiler de vehículos alcanzó una cifra de ventas de 1.185 millones de euros, más de 1.500 compañías operativas, un parque de 200.000 vehículos de media/año con un pico de 240.000 vehículos en temporada de verano.

Durante el pasado año 2011, las compras de las compañías de alquiler alcanzaron los 141.448 vehículos, siendo este sector de los más dinámicos en su comportamiento y actuando como soporte de la industria de la automoción en estos años de grandes dificultades en la venta de vehículos a particulares.

El sector tiene una red de oficinas de 2.485 oficinas teniendo presencia en todos los aeropuertos, estaciones de tren y de AVE. En su conjunto, las empresas del sector tienen una plantilla de 6.875 empleados.

Además, existe un alto grado de concentración en este sector, donde las sumas de las cuotas de participación de las cinco primeras compañías en su conjunto alcanzan un 60% de la cifra de negocios del sector.

La elevada competencia existente en el sector, la debilidad de la situación económica y las dificultades de financiación para la compra de vehículos han hecho que un número importante número de compañías, de carácter local, no hayan podido continuar en este negocio.

Balance 2011 / Perspectivas 2012

Por una parte, el incremento de la actividad turística ha permitido una ligera mejoría en la cifra de ventas que no se ha visto reflejada en los resultados de las compañías debido a la elevada presión de los precios y al aumento en los costes operativos.

La favorable evolución de la demanda de alquiler de vehículos de los mercados emisores hace que las perspectivas sean positivas desde el punto de vista del Turismo, favorecidos por la inestabilidad de los países competidores de Oriente Medio.

No ocurre lo mismo con la demanda del mercado doméstico, donde las graves dificultades económicas por las que atraviesa nuestro país hacen que las perspectivas sean menos favorables.

Por otra parte, la demanda de vehículos de alquiler por parte del sector corporativo (empresas) se mantiene estancada con un desplazamiento de la demanda hacia coches más pequeños, con un menor precio.

En esta situación de mercado, la distribución por tipo de cliente muestra cada día un mayor peso de la demanda turística (70%) frente a la demanda de negocios (30%), acercando cada día más el alquiler de vehículos al sector del Turismo.

Conclusiones

La consideración del alquiler de vehículos como actividad turística

ca. No se puede olvidar que dentro de la comercialización de las actividades turísticas se produce cada vez una mayor integración de ofertas complementarias: el viaje, el transporte, el alojamiento y el alquiler del vehículo por lo que debe de cuidarse al máximo la homogeneidad del tratamiento de los distintos elementos integrados para evitar disfunciones y, sobre todo, incomprensiones o desconfianzas por parte del cliente mayorista o minorista.

Se debe corregir la diferencia de tratamiento entre el IVA aplicable al alquiler de vehículos y el que grava las estancias hoteleras, toda vez que, de conformidad con lo arriba señalado, la comercialización de ambos productos se hace cada vez, en más ocasiones, como un paquete único.

La necesidad de dotar al sector de unas mínimas reglas de juego.

El *rent a car* era un sector prácticamente liberalizado y apuesta por la competencia y libertad de instalación y de acceso a la actividad. Al mismo tiempo, es necesario garantizar la calidad del servicio y la protección al consumidor mediante

unas condiciones generales de contratación que garanticen al usuario la calidad del vehículo que se le alquila, que figure en su permiso de circulación que está destinado al alquiler sin conductor y, por tanto, va a sufrir un régimen más intenso de ITV'S, que cuenta con una cobertura de seguros adecuada al destino previsto para el vehículo, y que, en general, se configura una referencia a efectos de incidencias y reclamaciones fácilmente accesible para quien alquila ese vehículo.

El tratamiento a efectos del impuesto de matriculación. Desde hace años la exención que se aplica en el impuesto de matriculación a los vehículos destinados al alquiler sin conductor se consolida cuando permanecen vinculados a esta actividad durante un plazo de dos años, además de la reducción del 30% de la base imponible a los seis meses.

Lo que en su día fue un logro importante y entrañó un alentador proceso de renovación de las flotas de alquiler que tuvo paralelo reflejo en las ventas de fabricantes e importadores de vehículos, ha perdido atractivo al haber sido supe-

Datos del alquiler de vehículos 2011

VARIABLE	MAGNITUD
Facturación en Meuros	1.185
Empresas	1.596
Compras turismos	141.448
Parque	200.000
Oficinas	2.485
Empleados	6.875

Fuente: Feneval.

©NEXOTUR

rado por la propia realidad del mercado y, en definitiva, por la enorme competencia existente entre las diversas empresas.

Hasta fechas recientes era difícil encontrar en el mercado de alquiler, vehículos con más de 6/7 seis meses de matriculación y es lo cierto que, desgraciadamente como una consecuencia más de la crisis económica, se está produciendo el alargamiento de la vida de las flotas hasta ese límite de dos años, con lo cual la optimización fiscal de las empresas choca con el interés del propio sector de ofrecer un ve-

hículo nuevo y de los fabricantes de aumentar sus ventas a flotas.

La financiación. Los problemas de financiación constituyen una de las consecuencias más negativas derivadas de la crisis económica. Muchas empresas del sector han tropezado en sus planes de renovación con la puerta cerrada de la financiación para la adquisición de flotas.

En los últimos años, se ha trabajado, bajo el paraguas de la Dirección General de Transportes Terrestres, con el ICO en busca de la definición de una línea adecuada a la financiación de la compra de flotas, pero hasta el momento no ha sido posible alcanzar un resultado positivo.

A pesar de las dificultades que plantea el año 2012, y probablemente el 2013, es preciso definir unos mecanismos de financiación que, sin pérdida de seguridad, permitan a las empresas incardinadas en un sector que afortunadamente sigue creciendo como es el turístico, encontrar fórmulas para mejorar la renovación de las flotas.

Una referencia al alquiler con conductor. Existe un subsector bien diferenciado del *rent a car*, con unos números más humildes, cuya problemática debe ponerse claramente de manifiesto: el alquiler con conductor. Este servicio muy vinculado a un turismo de alto nivel, relacionado con los clientes que se alojan en los más importantes hoteles, vive en los últimos tiempos en una constante zozobra como consecuencia de la falta de seguridad jurídica en su regulación.

Es preciso que se traslade a las autoridades de transportes la necesidad de establecer unas reglas de juego claras que permitan diferenciar el servicio de alquiler con conductor de otro tipo de soluciones de transporte, dotando de la necesaria seguridad jurídica a las empresas dedicadas a este tipo específico de actividad de transporte.

Finalmente, es asimismo necesario contar con unas reglas de juego claras, que permitan condiciones de igualdad en el mercado, y eviten el intrusismo existente, reñido siempre con la calidad del servicio.

El sector pide que 'se les incluya en el IVA reducido que el Turismo ha planteado'

La Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (Feneval) ha solicitado en la III Cumbre de Turismo de la CEOE que las compañías que representa "sean tratadas como iguales dentro del Sector del Turismo" y que, por tanto, se les incluya en el IVA reducido que el sector ha planteado al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, pero que no aplicará de momento ante la actual situación en la que se encuentra el déficit público.

Feneval, que agrupa a 361 empresas de alquiler de vehículos que representan entre todas el 85% del subsector, ha insistido en su inclusión en las medidas que afecten al Sector Turístico. Para ello, justifican que, según los datos que maneja la federación, actualmente el 70% de los coches alquilados son vacacionales.

El presidente de Feneval, Carlos Jiménez, ha insistido en que el sector al que representa de *rent a car* "debe ser tratado como un igual dentro del sector, ya que aporta valor a la cadena de servicios integrados en las actividades turísticas españolas".

"No obstante, esta vinculación al Turismo de las empresas de alquiler de coches no ha tenido



Actualmente el 70% de los coches alquilados son vacacionales.

reflejo en los propios foros turísticos vinculados a la Administración ni tampoco en la consideración jurídica como tal, lo cual provoca disfunciones notables", ha lamentado Jiménez.

Asimismo, el presidente de Feneval ha pedido al departa-

mento que lidera José Manuel Soria que estudie el marco jurídico en el que se desarrollan las actividades de los conductores de coches alquilados. "Es necesario que existan unas reglas de juego claras que eviten el intrusismo", ha concluido.

Aránzazu Hoteles ofrece la reserva a las agencias



Aránzazu Hoteles presenta una nueva versión de su *web* en la que además de una nueva presentación, muy amigable, ha incluido el acceso desde dispositivos móviles y tabletas y la reserva de empresas y agencias de viajes.

Vuelos desde Venezuela en la página de Conviasa



Conviasa presenta una página bien diseñada, en la que ofrece la información sobre la empresa, sus destinos, trayectos e itinerarios, incluyendo el acceso a la gestión de reservas de vuelos, aunque no estaba disponible durante el análisis.

Autocares Esteve ofrece sus transportes terrestres



Autocares Esteve presenta una *web* de propósito limitado en la que ofrece una información general de la empresa y sus servicios y un formulario de consulta, así como el enlace con una oficina virtual estándar para usuarios registrados.

Enología y naturaleza en la 'web' de RiojaTrek



La nueva *web* de RiojaTrek presenta, con diseño y estructura muy mejorados, su información sobre servicios turísticos relacionados con el vino y ha ampliado sus rutas de naturaleza y culturales, incluyendo su reserva *on request*.



Está disponible en la 'web' de Iberia para agencias de viajes.

Iberia pone en marcha un sistema de contratación de grupos 'online'

Iberia ha puesto a disposición de las agencias de viajes españolas una nueva herramienta de contratación de grupos *online* que permite realizar todos los trámites vía *web*. A través de www.iberiariagencias.com, se podrá realizar el proceso completo de petición, oferta de precio y contratación del grupo sin necesidad de utilizar ningún documento en papel.

Después de enviar la solicitud, la agencia accede al listado de peticiones a través de la pestaña

'Mis Peticiones', donde se encuentra un código de referencia, señalado en color rojo, a través del cual se entra al registro del grupo. Asimismo, se ha incorporado un área de 'Mensajería' dentro del registro de cada grupo que "permitirá una comunicación más ágil, así como el envío de archivos relacionados con la gestión individualizada del mismo", apuntan desde la aerolínea. Igualmente, se ha habilitado la dirección de correo electrónico gespana@iberia.es.

Se duplica en España la compra colectiva de viajes en el primer semestre, según Letsbonus

En 2011 las ventas se focalizaron en la última hora, este año se utiliza el sistema todo el año

Las ventas de viajes a través de compra colectiva han crecido más del 100% en el primer semestre del año respecto al mismo periodo de 2011. Así lo confirma un estudio de Letsbonus, que apunta que uno de los motivos que propician este aumento es que los usuarios consideran que pueden ahorrar hasta 250 euros.

El 'portal' de compra colectiva destaca que mientras que en el año 2011 las ventas de viajes se focalizaron en la última hora, concentrando el 54% del total, en 2012 los españoles han optado por la compra colectiva como canal para adquirir viajes todo el año. El 60% de los usuarios que adquiere viajes a través de estos canales son mujeres, pese a que el incremento ha sido mayor en los varones, con un alza del 140% en la primera mitad del año. Por otro lado, el importe medio de la compra experimenta una subida del 12%.



Los usuarios consideran que pueden ahorrar hasta 250 euros.

El análisis también subraya que en el segundo trimestre del año los españoles se decantan en un 55% de los casos por destinos internacionales, siendo el 38% europeos. "A medida que la confianza aumenta, los espa-

Air France KLM prevé dar conectividad total a bordo a partir del próximo 2013

Entre otros servicios, los pasajeros podrán conectarse a Internet y ver programas de televisión

Air France y KLM ofrecerán desde principios del año 2013 la conectividad a bordo de sus vuelos gracias a la colaboración de la empresa Panasonic Avionics. El

sistema que se implementará permitirá, entre otros servicios, navegar por Internet o seguir un programa en directo durante el viaje en avión.

El proyecto de conectividad a bordo estará disponible, en principio, en sus vuelos de largo alcance, cuya fase de prueba se iniciará a principios de 2013. Las aerolíneas han comunicado que este sistema "dará la posibilidad a los clientes de estar conectados en todo el mundo a través de SMS, e-mails, Internet y más adelante transmisión en directo de programas de televisión".

"Gracias a estas tecnologías Air France y KLM darán acceso a una de las más amplias ofertas de intercambio de datos durante el vuelo. Una página *web* específica en vuelo permitirá acceder gratuitamente a numerosos servicios: actualidades, cadenas de televisión, informaciones sobre la compañía, así como una guía de destinos y una oferta única de revistas en Internet", han añadido.

La fase de prueba se pondrá en marcha en 2013 en dos aparatos Boeing 777-300, operado cada uno por una de las compañías. Durante este



La fase de prueba será en 2013 en dos aparatos Boeing 777-300.

periodo, los usuarios podrán conectarse a Internet por un importe fijo, cualquiera que sea su clase de viaje, a través de su teléfono, su ordenador portátil o su tableta. Se les pedirá su opinión, comentarios, expectativas y sugerencias, así como participar en la mejora de estos nuevos servicios.

"Estar conectado permanentemente se ha convertido en la norma del día a día de nuestros clientes y esta prue-

ba es una primera etapa de la estrategia a largo plazo de Air France y KLM cuyo objetivo es proponer una conectividad total a bordo de nuestros aviones de largo radio. Seguimos invirtiendo para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y seguir a la cabeza en términos de innovaciones y servicios móviles", ha declarado el director de *marketing* de Air France KLM, Christian Herzog.



El turoperador quiere adaptarse a los nuevos avances tecnológicos.

Mapa Tours permite consultar sus catálogos en 'smartphones'

MapaTours ha incluido en sus últimas ofertas un código QR para que, con una aplicación para *smartphones*, el agente de viajes o el cliente final puedan acceder a sus catálogos. Con esta iniciativa, el turoperador pretende "adaptarse a los nuevos avances tecnológicos", explican desde la empresa.

Su director comercial, Óscar Sanz, destaca que "este hecho supone una importante mejora para

nuestros clientes, permitiendo ampliar notablemente la información que se proporciona a las agencias sobre cada una de las ofertas que lanzamos al mercado". Los códigos QR son un códigos de barras bidimensionales que, a diferencia de los tradicionales, cifran sus datos dentro de un cuadrado que permite almacenar mayor cantidad de información y que se puede visualizar a través de dispositivos móviles.

Most r a d o r

United ofrece nuevas opciones de menú

United Airlines ofrece desde junio nuevas opciones de menú en Premium. Los clientes de vuelos internacionales de largo recorrido en United Global First y United BusinessFirst pueden elegir entrantes al estilo de un restaurante de la más alta calidad, incluyendo una selección de carnes de ternera, pollo, pescado y pastas estilo vegetariano. "Estos cambios son el resultado de meses de recibir las sugerencias de nuestros clientes y de nuestro Congreso de Chefs, así como de realizar sesiones de degustación", ha firmado la vicepresidenta de servicios de alimentación de United, Sandra Pineau-Boddison.

✉ www.united.com

Nextel propone recorrer España a través de las diferentes rutas del vino que ofrece en 'Turismo enológico 2012'

Oferta planes de una noche y escapadas de hasta tres noches con visitas a bodegas y catas de vinos

Nextel dispone de un catálogo para disfrutar del Turismo enológico en nuestro país. Así ofrece rutas del vino en Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Valencia, Galicia, La Rioja y País Vasco.

'Turismo enológico 2012' es el catálogo de Nextel que oferta toda una variedad de rutas del vino en diferentes Comunidades autónomas. Así, en sus páginas oferta diferentes propuestas por Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Valencia, Galicia, La Rioja y País Vasco. Tanto estancias como escapadas de hasta tres noches, con visitas a bodegas y catas de vinos, entre otras actividades son las pro-

puestas de este catálogo. Y las rutas de vino que ofrece son Marco de Jerez, Cariñena, Soontano, Costa de Cantabria, Castilla-La Mancha, el Bierzo, Cigales, Ribera del Duero, Rueda, Toro, Conca de Barbera', Costers del Segre, Empordà, Penedés, Plà de Bages, El Priorat, Tarragona, Alicante, Rías Baixas, Ribera Sacra, Jumilla, Navarra, Rioja Alavesa, Txacoli Bizcaia y Rioja.

✉ www.nextel.travel



La mayorista oferta diferentes programas por el país.

Travelkids presenta su nuevo catálogo para viajes en familia para este verano

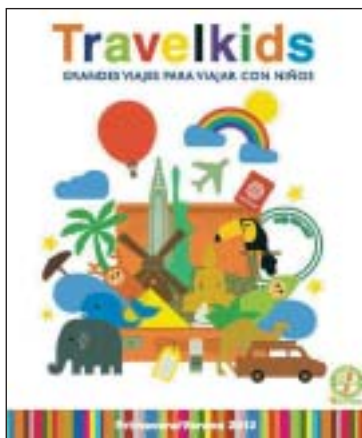
Ofrece descuentos del 5% para familias numerosas en su programación

Travelkids ofrece para este verano un catálogo con viajes en familia. Desde escapadas a ciudades europeas, hasta circuitos de 11 días, así como viajes a una variada selección de playas por todo el mundo.

Travelkids dispone de un nuevo catálogo de viajes en familia para este verano. Como destacan sus responsables, presenta una completa propuesta de viajes en familia donde los pequeños de la casa son los protagonistas. Así, cuenta con estancias desde cuatro días en ciudades europeas como Berlín, Amsterdam, Roma, Viena, Praga y Budapest o la cosmopolita Nueva York; circuitos de siete, ocho y 11 días en Azores, Kenya, Tailandia y Costa Rica; y una selec-

ción de playas como Baleares, Canarias, Cerdeña, Mauricio o la exótica isla de Bali, para disfrutar de unas merecidas vacaciones en familia. Como explican, su filosofía se plasma en todos sus viajes reflejando: magia, diversión, entretenimiento y aprendizaje en familia, sin olvidar la figura del Animador Travelkids. La mayorista ofrece un descuento del 5% para familias numerosas así como precios especiales para familias monoparentales.

✉ www.travelkids.es

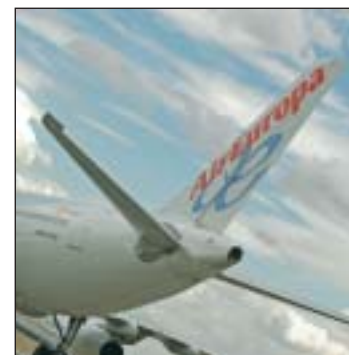


Portada catálogo de Travelkids.

Más frecuencias de Air Europa a Lima y a Salvador de Bahía

A partir del 4 de noviembre Air Europa aumentará sus conexiones con la ciudad brasileña de Salvador de Bahía. Actualmente esta ruta cuenta con tres frecuencias semanales que se convertirán en cuatro al incluir los domingos. El horario será el mismo que se ha estado llevando a cabo en el resto de los vuelos, la salida de Madrid será a las 15:25 y la llegada a la ciudad brasileña a las 20:40 desde donde despegará nuevamente a las 22:50 para tomar tierra en Barajas a las 11:40.

El avión destinado a operar esta ruta será un Airbus 330-200 con una capacidad que oscila entre los 289 y los 291 asientos, de-



Se incluye un vuelo el domingo.

pendiendo de la configuración, y con 18 plazas *business* en todos sus modelos.

✉ www.aireuropa.com



Los clientes de Stuttgart disfrutarán de una oferta de vuelos nueva.

Germanwings y Brussels Airlines colaboran en sus transbordos

Germanwings y Brussels Airlines han firmado un acuerdo de transbordos, que ya está en vigor, por el que Brussels Airlines podrá ofrecer el nuevo trayecto Stuttgart-Bruselas de Germanwings en combinación con la oferta de vuelos que viene ofrecien-

do hasta el momento a través del aeropuerto de Bruselas. Gracias a esta colaboración, los clientes de Stuttgart podrán disfrutar de una oferta de vuelos completamente nueva.

✉ www.brusselsairlines.com
✉ www.germanwings.com

Le Méridien Barcelona le da un nuevo estilo a sus 'suites' 'más vanguardista y único'

La sexta y séptima planta del establecimiento se han reformado por completo

Las *suites* y el *spa* en las plantas sexta y séptima del hotel Le Méridien Barcelona se han reformado por completo siguiendo un estilo contemporáneo, vanguardista y único. Como explican sus responsables, el diseño de interiores de Isabel López Vilalta+Asociados está basado en establecer un diálogo y entendimiento entre las sinergias de Le Méridien y su estudio. Las nuevas *suites*, con precios desde 485 euros, se caracterizan por disponer de 70 metros cuadrados e interesantes vistas. Además, las *suites* Mediterráneas cuentan con terrazas de más de 50 metros cuadrados. La sexta planta dispone



La 'suite' Le Méridien dispone de terraza de 50 metros cuadrados.

de un completo *spa* con dos salas de tratamiento, zona de pedicura y peluquería, sauna y baño de vapor,

además de solárium con zona de aguas en el exterior.

✉ www.limeridien.com/barcelona

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera

NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoHotel.com
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

CEHAT
HOTELERÍA ESPAÑOLA
PERIÓDICO MENSUAL (10 EDICIONES)

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

NOTICIEROPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)

destinoMadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIÓDICO QUINCENAL (24 EDICIONES)

NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICIÓN)

NEXO HOTEL
PROVEEDORES DE HOTEL
ANUARIO (1 EDICIÓN)

RANKING
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIÓDICOS ANUALES (4 EDICIONES)

PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIÓDICOS ANUALES (2 EDICIONES)

CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO

Turnexo
SALÓN PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES

NexoBusiness
SALÓN DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS

BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

EXCELENTE
Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional

aipet
Placa al Merito Turístico del Estado Español

aipet
Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado

De Profesional a Profesional

GRUPO Nexo

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

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



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCIÓN
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

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

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

ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER
DE JOYERÍA ESPAÑOLA
MENSUAL (10 EDICIONES)

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

ART&VALUE
TASACIÓN DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

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

Obra Nueva
ENSEÑANZA DE JOYERÍA
MENSUAL (11 EDICIONES)

Cronometría
RELOJEROS DE VALENCIA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

FORO
FORO ANUAL DE LA
RELOJERÍA ESPAÑOLA

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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

Club NEXOTUR

Best Western ofrece descuentos del 50% sobre la tarifa más baja

Best Western ofrece a los agentes de viajes y demás profesionales turísticos miembros del

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

tres noches de estancia. Oferta válida en hoteles españoles y portugueses. Para ampliar información sobre

Club NEXOTUR rebajas del 50% sobre sus tarifas más bajas del momento. Máximo dos habitaciones y

la oferta de la cadena puede llamar al teléfono de cada hotel o entrar en la web www.bestwestern.com.

Fam Trip



Los representantes de varios turoperadores del país conocen la provincia.

Agentes japoneses visitan Granada

Un grupo de 15 representantes de turoperadores japoneses especializados en el destino España han participado durante tres días en unas jornadas de promoción organizadas por el Patronato Provincial de Turismo de Granada. El evento les ha permitido conocer de primera mano los principales atractivos turísticos de la ciudad, así como de la provincia.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 2 de julio

Natalia García, Viajes Frontia, Madrid; Sarai Blanco, Viajes Fuentes, Sevilla; Rodrigo León Suarez, Viaca, Llanes; Fernando Gómez, Turvisa, Madrid; M^a Carmen García, Viajes Interlinguas, Alicante; Natalia García, Viajes Lepanto, Madrid; Natalia García, Viajes Frontia, Madrid; Laura Ruiz Calvo, Viajes Nepal tours, Granada.

8 3 de julio

José M. González, Viajes Gonza Tours, Alcorcón; M. Encarnación Puente, Viajes Gonza Tours, Alcorcón; M. José Ariñez, Viajes Gonza Tours, Alcorcón; Oscar Lazo, Unincoming Tour, Madrid; Jaime Escamilla Alsina, Viatges Eurojet, Sabadell; José M^a González, Viajes Gonzatours, Alcorcón; Pedro M. Oramas, Fuerteventura Travel, Puerto del Rosario; Luis Luna, Kuoni, Madrid; Lourdes Piñol, Viajes Tejedor, Lleida; Fina Martin, Viajes Kampur, Valencia; Begoña Pérez, Viajes Arga Sal, Oviedo; Gero Unuesa Sánchez, Viajes Bea, Madrid; Jordi Nin Bisbal, Dream Tours, San Boi de Llobregat; Blanca Roiz, Viajes Iberia, Santander.

8 4 de julio

Begoña Hermosa, Viajes Indigo, Madrid; Yolanda Fernández, Viajes Bonanza, Huelva; Carmen Gómez Delgado, Viajes Buffer, Coslada; Neyra Ortiz, Viajes Aira, Madrid; Joaquín Carrabeo,

Viajes Aridane, Puebla del Río; José González Varela, Viajes Tabira Bidaiak, Durango; Sergio Bethencourt, Viajes Masol, Playa de las Américas; Pedro Ametller, MundiEvasión, Banyoles; José Hernández, Viajes Maretour, Algeciras; Elena Fuerte, Viajes Ateneo, Madrid; Paloma Nieva, Viajes Sakai, Madrid; José Benítez, Viajes Paco Pérez, Ceuta; Inés Val, Informática Gesfor, Madrid; Antonio Estrada, Viajes Kuoni, Madrid; Loli Mariano, Viajes Gheisa, Valencia; Esther Morante, Viajes Club Novecientos Once, Madrid.

8 5 de julio

Almudena Alvarez, Viajes Magallanes, Madrid; M^a Isabel Carrera, Viajes Solventour, Alquas; Sagrario Bello, Viajes El Ferrol, El Ferrol; Manuel Caamaño, Viajes Riastour, Muros; Angel Garcés, Viajes Orange, Valencia; Carmen Caballer, Viajes Barceló, Castellón; Silvia Salvador Vila, Vapor Viatges, Terrassa; Eugenia Mariñas, Viajes Leontur, Ponferrada; Raquel Rodríguez, Ekoalfa 4, Santande.

8 6 de julio

Mercedes Cazorla, Ecuador Viajes, Murcia; Cristina Escudero, Viajes Halcón, Majadahonda; Mónica Rosado, Europlayas, Barcelona; Joaquín Muñoz, Mibe, Puerto de Sta. María; Antonio Villanueva, De Viajes, Madrid; Pere Camats, Viajes L'Eixida Tours,

Lleida; Álvaro Magallón, Viajes Alción, Bilbao; Alejandra Fidalgo Corujo, Viajes Ecuador, Gijón; Víctor Manuel Blanco, Viajes Halcón, Madrid.

8 7 de julio

Kuchvalskaya Dzhulietta, Viajes Mundistar, Madrid; Sofía Jiménez, Sarriá Tours, Barcelona; Eduardo Zarzuelo, Ekoalfa, Soria; Feli Garrido, Viajes Gheisa, Aguilar Campoo; Abilio Alvarez, Binestour, Vigo; Juan Pedro López, V. Llevant, Manacor; Manuel Chillida, Stage Servicios, Barcelona; José Carlos Linares, Viajes Halcón, Motril.

8 8 de julio

Oscar Moreno, PortuBidaiak, Portugalete; José Antonio Martín, Viajes Buffer, Coslada; Alberto García Mir, Open Golf Europe, Barcelona; Alamo Guerrero, Viajes Iberia, Barcelona; Antonio Escolano Gómez, Viajes Escolano, Alicante; Julio Gorzosa, Viajes Zugarramundi, Bilbao; Julio Berzosa, Viajes Zugarramurdi, Bilbao; Félix Ontañón Cámara, Viajes Ecuador, Jerez de la Frontera; Josep Riquelme, Viatges Iberplan, Sabadell; Paqui Peña, Viajes Tarancón, Tarancón; Juan V. Jiménez, Viajes Sexto Continente, Alacuas; M^a Dolores Patón Roncero, Viajes Safimar, Leganés; Francisco Traperero, Viajes Jumbo Tours, Mallorca; Amparo Andrés, Viajes Euromar, Valencia; Isabel Arenas, Estancias Tour, Zaragoza.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

Subvenciones

Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1^o
28004 Madrid

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



Las estaciones de Atudem organizan todo tipo de actividades esta temporada.

Las estaciones de esquí abren sus puertas también en verano

Un total de 23 estaciones de esquí han adaptado su oferta a los meses de verano y ofrecen desde junio hasta septiembre programas y actividades para toda la familia y también para los aficionados a los deportes al aire libre, según informa la Asociación turística de estaciones de esquí y montaña en España (Atudem). Cada una de estas instalaciones ha programado diferentes propuestas que apuestan por un Turismo verde y con las que se pretende fomentar la práctica del deporte en un entorno diferente como alternativa a las tradicionales vacaciones de playa.

Actividades al aire libre, paseos en raquetas de nieve, rutas de la fusión

de la nieve (senderismo y bicicleta), vuelos en parapente, rocódromos, talleres medioambientales así como tratamientos termales son algunas de las ofertas de los centros de Atudem. Para los más pequeños existe la posibilidad de que acudan a aulas de naturaleza, parques multiaventuras, minimotos y karks, granjas o talleres de manualidades. Aquellos a los que les guste el agua, las estaciones tienen previsto poder practicar buceo, piragüismo, rafting o pesca, así como montar en barcas y en patinetes de agua, u optar por un descenso de barrancos, señala Atudem.

✉ www.atudem.org

Novotel lanza promoción para alojarse en sus hoteles y disfrutar de las películas de Madagascar

Este verano Novotel ha lanzado una promoción para disfrutar en sus hoteles de las mejores películas de Madagascar en Dvd. De esta manera, la cadena hotelera ha creado un 'paquete' especial desde 80 euros que incluye una noche en alojamiento y desayuno para dos adultos y hasta dos niños menores de 16 años; un regalo de acogida por cada niño; un pack de Madagascar 1 y 2 y los pinguinos de Madagascar. La oferta es válida hasta el 9 de septiem-

bre en todos los hoteles Novotel y Suite Novotel en España.

Además, desde Novotel destacan que las familias pueden disfrutar de las numerosas ventajas de Family&Novotel, como son el alojamiento y desayuno gratuitos para dos niños menores de 16 años que comparten la habitación de sus padres o de sus abuelos. También existe un 50% de descuento en la segunda habitación para niños de ocho a 16 años, entre otras cosas.

✉ www.novotel.com

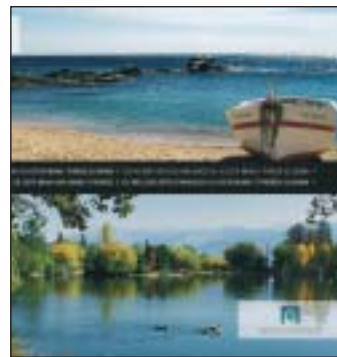


La cadena dispone de Family&Novotel.

Costa Brava Verd Hotels lanza un nuevo catálogo tras tres años

La agrupación de hoteles familiares Costa Brava Verd Hotels, marca que agrupa 28 hoteles de costa y 15 hoteles de interior en las comarcas gerundenses, ha editado su nuevo catálogo de hoteles 2012. A través de 68 páginas ofrece información completa de los 43 establecimientos socios. Se trata de una única edición en cuatro idiomas (español, catalán, inglés y francés) con una tirada de 10.000 ejemplares.

✉ www.reservashoteles.net



Detalle de la portada del catálogo.

Vuelve un año más el Tren de la Fresa

Hasta el 27 de octubre el Tren de la Fresa vuelve a recorrer la ruta Madrid-Aranjuez. Con un precio de 29 euros por adulto y 21 por niños, ofrece a lo largo del recorrido, con varias azafatas vestidas de época, una degustación del fresón típico de Aranjuez y a la llegada a la localidad ribereña, habrá una visita guiada al Palacio Real y quien lo desee, podrá acudir al Museo de Falúas.

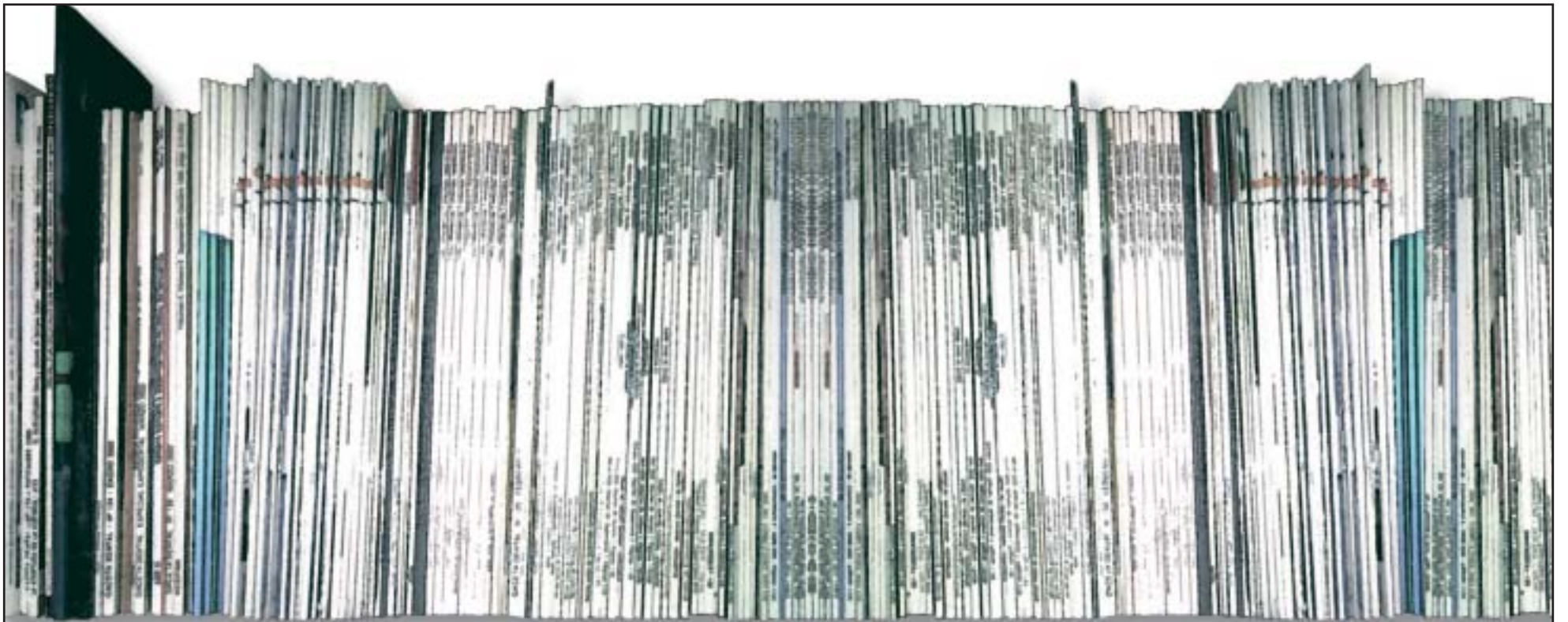
✉ www.renfe.es

La información profesional no es un juego de niños

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

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

NEXOTUR
 De Profesional a Profesional



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

club NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 ☎ 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 ☎ 93 668 30 82
GUAMA	Descuento del 30% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 75% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	50% de descuento sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ☎ 913 14 14 19
BEST WESTERN	50% de descuento sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo dos habitaciones y tres noches de estancia. Válido en hoteles españoles y portugueses. Sujeta a disponibilidad.	01-07-2013	Dpto. de Reserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ☎ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ☎ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ☎ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ☎ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de viaje. Mod. Individual: 75,89 euros. Mod. Familiar. 138,96 euros. No prácticas deportivas.	31-12-2009	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902 90 97 37 Ext. 415 rpalacios@intermundial.es



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en Nexotur.com

Diario *online* del Agente

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

Hot el er ia

CEHAT recuerda que el régimen actual de IVA en Europa permite aplicar una tarifa reducida

Considera que imponer tarifas estándar para los hoteles provocará un importante incremento de precios

CEHAT ha manifestado su "absoluto rechazo" a la posible subida del IVA. La confederación considera que las tarifas reducidas son un instru-

mento "esencial" para la sostenibilidad del Turismo en España. Así, recuerda que el régimen actual de IVA en Europa permite a los Estados

miembros aplicar una tarifa reducida o estándar para los servicios de alojamientos, y que 22 de los 27 Estados miembros así lo hacen.

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha mostrado su "absoluto rechazo" a la posible subida del IVA, al considerar que las tarifas reducidas son un instrumento "esencial" para la sostenibilidad del Turismo en España. En un comunicado, la confederación ha recordado que el régimen actual de IVA en Europa permite a los Estados miembros aplicar una tarifa reducida o estándar para los servicios de alojamientos, y que 22 de los 27 Estados miembros así lo hacen.

Así, pone como ejemplo que el 1 de enero de 2008 el gobierno turco, bajó el IVA a los hoteles del 18% al 8%, y desde entonces Turquía ha subido 11 posiciones en términos de llegadas de turistas. Del mismo modo, pone el ejemplo contrario y advierte de que la subida del IVA al 23% experimentada a principios de los 80 en Irlanda generó en los años siguientes el cierre de más del 10% de los hoteles, o que la subida holandesa de 1969

produjo la caída de la facturación del 4%, con un deterioro de la balanza turística del 17% y la pérdida de 17.000 empleos en un solo año.

CEHAT también utiliza como referencia Alemania, donde el IVA hoteleros se bajó del 19% al 9%, o de Grecia, que tras la crisis lo ha reducido del 11% al 6,5%. Además, destaca la situación fiscal de otros países competidores de España como Italia (10%), Francia (7%), Portugal (6%), Turquía (8%) o Malta (7%).

Consecuencias desastrosas

Por otra parte, los hoteleros insisten en que existen estudios que demuestran que los altos impuestos incrementan la mano de obra ilegal en más de un 55%, y recuerda que la propia Comisión Europea ha alentado a los países a mantener el IVA reducido. "Las consecuencias a corto plazo serán desastrosas en cuanto a la rentabilidad de las empresas, el man-



El 10% de los hoteles en Irlanda cerró tras la subida del IVA en los años 80.

tenimiento del empleo y la caída de la competitividad del sector", destacan.

CEHAT ha hecho hincapié en que imponer tarifas estándar para los hoteles provocará un importante incremento de precios, y una "desastrosa" caída de la llegada de turistas.

"Nuestra economía no se puede permitir este tipo de riesgo cierto, en particular, cuando actualmente España está perdiendo en términos de competitividad internacional a la que se suma la dramática caída en el consumo de los españoles", subrayan.

Luabay apuesta por su crecimiento en Baleares y estrena tres hoteles

Luabay Hotels ha presentado recientemente en Mallorca sus tres nuevos establecimientos, de categoría cuatro estrellas y 'solo para adultos'. Con estas aperturas, el grupo Orizonia impulsa el crecimiento de Luabay en la isla y apuesta por el archipiélago balear como un destino "estratégico" y clave para su "desarrollo".

Los hoteles Marivent, Costa Palma y La Cala, todos ubicados en la zona de Cala Major, cuentan con una capacidad de más de 400 habitaciones y para su funcionamiento Luabay ha contratado a un total de 120 profesionales de diversos ámbitos como recepción, cocina o mantenimiento, entre otros. De este modo, Luabay emplea en Baleares a 335 personas de distintos campos relacionados con la hostelería.

Con una inversión cercana a los cinco millones de euros, los hoteles han sido renovados durante cinco meses contando con la ayuda de diferentes empresas locales. Hasta el momento cuentan con una ocupación media del 95%, según la empresa. Además, un acuerdo firmado con el turoperador TUI garantiza una ocupación mínima del 80% durante los meses de verano.

En la presentación a los medios han participado el director general de Luabay, Miguel Sierra, y el primer Te-



Habitación de La Cala.

niente de Alcalde del Área de Turismo y Coordinación Municipal del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, Álvaro Gijón Carrasco. Se trata de una apertura que renovará la playa de Cala Major, gracias a la recepción de turistas y al compromiso adoptado por el Ayuntamiento de colaborar en recuperar el urbanismo de la zona.

Según Sierra, Mallorca es uno de los "principales destinos turísticos de España y de todo el Mediterráneo". Así pues, resulta clave para Luabay contar con una oferta hotelera de calidad en este archipiélago que cada año recibe más de seis millones de turistas. Con estas tres inauguraciones, ya son cinco los establecimientos que la cadena gestiona en las Islas Baleares.

Barcelona y Madrid, entre las mejor valoradas del mundo y de Europa

Barcelona y Madrid continúan estando entre los destinos preferidos y mejor valorados por los turistas de todo el mundo, según la última edición de los premios Travellers' Choice Destinos de la web de viajes y buscador de hoteles, TripAdvisor. Este ranking, que cumple este año su cuarta edición, está basado en las recomendaciones y comentarios de los usuarios de TripAdvisor, que han vuelto a premiar a Barcelona con la octava posición del Top 25 Mundial y con la quinta posición del Top 25 Europeo.

Asimismo, Madrid, la capital española, ha sido galardonada por primera vez entre los destinos preferidos por los usuarios europeos, consiguiendo el puesto decimocuarto, en una lista de 25. Otras Comunidades autónomas que también cuentan con representación en esta edición de los Travellers' Choice en la lista de los diez mejores destinos españoles son: Andalucía (Sevilla, Granada, y Marbella), Comunidad Valenciana (Valencia y Benidorm), Castilla León (Salamanca), Galicia (Santiago de Compostela) y Baleares (Palma de Mallorca).

Además, Londres, Roma y París son, por este orden, las ciuda-



Madrid se estrena en el 'ranking'.

des europeas más valoradas. La capital británica también ostenta el primer puesto mundial de las urbes más solicitadas. En esta cuarta edición, TripAdvisor ha galardonado a un total de 440 destinos destacados en 37 mercados en todo el mundo, incluyendo listados para África, Asia, Australia, el Caribe, Centroamérica, China, Europa, India, México, Medio Este, Sudamérica, el Pacífico Sur, y EE UU.

Producto

Meliá Hotels transformará su establecimiento de Cancún con un 'todo incluido' de lujo

Meliá Hotels International remodelará el hotel Gran Meliá Cancún, en México, cambiando a partir del próximo 15 de noviembre su nombre por el de Paradisus Cancún. La marca Paradisus Resorts será la encargada de operarlo, convirtiéndose en un 'todo incluido' basado "en la exclusividad y el lujo". El hotel "segmentará" su oferta con instalaciones sólo para adultos, 'Royal Service', y con el programa para familias de la marca 'Family Concierge'.

Viceroy Hotel Group gestionará un nuevo alojamiento en Estambul

Viceroy Hotel Group será el operador que gestionará el nuevo complejo Nef Bebeköy en Estambul (Turquía). En concreto, el Viceroy Estambul es un local de cinco estrellas que abrirá a finales de 2013 inspirado en el concepto de *urban resort* y cuya apertura está programada para 2014. Con un total de diez edificios distintos, el complejo contará con 58 habitaciones para huéspedes y una espectacular vista panorámica del Bósforo.

Valladolid aprueba el estudio para construir el primer cinco estrellas

La Junta de Gobierno del Ayuntamiento de Valladolid ha acordado la aprobación inicial del estudio de detalle de la parcela que ocupa el edificio de una antigua central eléctrica para facilitar la futura ejecución de un hotel de cinco estrellas. En concreto, se da vía libre al uso de hospedaje como básico de la parcela, al que se otorga el setenta por ciento, y se permiten otros complementarios como garaje, estacionamiento, servicios, comercios, espectáculos, reunión y hostelería.

Hoteles Amigos, una iniciativa de Unicef en favor de la infancia

La Organización de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) ha presentado en Segovia la campaña 'Hoteles Amigos'. Se trata de una iniciativa que promueve el Turismo responsable entre el sector hotelero para que los establecimientos se convierta en "plataformas de comunicación y promoción" de los derechos de la infancia.



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

Paradores desmiente que se planteen cierres 'totales' de establecimientos aunque plantea 'recortes' en restauración

Alarcó: 'Una concentración en la calle no es manera, es levantarse de la mesa y es lo que no entendemos'

Tras la concentración de los trabajadores de Paradores del pasado 19 de junio, su presidenta, Ángeles Alarcó, ha subrayado que se descarta

que se estén estudiando cierres "totales". Así la red pública prevé cierres "parciales" entre los que se contemplaría eliminar servicios de res-

tauración. Además, se ha mostrado "sorprendida" ante la decisión de los trabajadores de concentrarse, cuando estaban negociando.

La presidenta de Paradores, Ángeles Alarcó, ha descartado que se estén estudiando cierres "totales", en la cadena hotelera pública integrada por 93 paradores, sino "parciales" entre los que se contemplaría eliminar servicios de restauración. Los sindicatos le han entregado una carta con sus reivindicaciones.

Alarcó se ha mostrado "sorprendida" ante la decisión de los trabajadores de concentrarse el pasado 19 de junio cuando ambas partes estaban sentadas en una mesa de negociación, a la vez que ha solicitado a los empleados que expliquen qué puntos quieren cambiar dentro del convenio. "La empresa lo que busca son reducciones de costes a través de la flexibilidad y nunca reducciones de plantilla ni salariales", ha subrayado la presidenta de la cadena pública.

Del mismo modo, ha apelado a los trabajadores al diálogo al considerar

que aún hay aspectos de la negociación que se pueden "cambiar" o "añadir", recalando que muchos de los empleados ya han mostrado su interés ante las medidas de flexibilización planteadas por la empresa. "Una concentración en la calle no es manera, es levantarse de la mesa y es lo que no entendemos", ha asegurado, para después insistir en que los planes de viabilidad de cada establecimiento aún no están cerrados.

Encuentro con los sindicatos

La presidenta de la entidad recibió a los representantes de los trabajadores en las oficinas centrales de Paradores, ante la voluntad de éstos de hacerle entrega de una carta en la que le solicitan que dé a conocer el plan de austeridad que la empresa pública tiene pensado llevar a cabo. Ayer por la mañana, unos cien



La red de Paradores cuenta con un total de 93 establecimientos.

empleados de Paradores, encabezados por los representantes sindicales de CC OO y UGT, se manifestaron en la sede de la cadena.

Paradores no atraviesa por un buen momento, tras acumular un déficit de 110 millones de euros en el ejercicio de 2011. De la red de 93

establecimientos, 23 presentaron pérdidas durante el último ejercicio, un 25% del total. Para 2012, se prevén unas pérdidas por valor de 25,5 millones de euros, según figura en el Proyecto de Presupuestos Generales del Estado (PGE) presentado por el Gobierno.

La contratación hotelera de turistas rusos aumenta un 170% en el primer trimestre

Surcoreanos y brasileños se sitúan en la segunda y tercera plaza del 'ranking'

En el primer trimestre del año, los turistas procedentes del mercado ruso han reservado en los hoteles españoles un 170% más. Les siguen los surcoreanos

y brasileños, con incrementos del 120% y 100%, respectivamente. En el top 5 de los países que más reservan se encuentra EE UU y Reino Unido.

Los turistas rusos han reservado un 170% más de hoteles en España durante el primer trimestre de año seguidos de los surcoreanos y brasileños que han crecido un 120% y un 100%, respectivamente, según la agencia de viajes online Expedia.

Los turistas de procedencia rusa eligieron para sus estancias en primer lugar los establecimientos situados de Barcelona, seguidos de los de Islas Canarias y los ubica-

dos en Madrid. Los viajeros procedentes de Corea del Sur también escogieron como primera opción la Ciudad Condal, seguida de la capital de España y de Granada. En cambio, los brasileños se decantaron por los hoteles de Madrid seguidos de los de Barcelona y Sevilla.

"Trabajando con Expedia los hoteles españoles entran a formar parte de nuestro marketplace consiguiendo una exposición única en

los más de 100 sitios de reserva de Expedia, Hotels.com y Venere.com en más de 70 países en todo el mundo", ha señalado su directora de Lodging Partner Services para España y Portugal, Carrie Davidson.

Por otro lado, en el "Top 5" de los países que más reservas realizan en los hoteles de España a través de las web de Expedia se sitúan en primer lugar EE.UU seguido de Reino Unido, Italia, Francia y Alemania.

Los establecimientos de Málaga se encuentran en el 'Top 10' nacional de satisfacción del cliente

A nivel internacional, los hoteles de Varsovia, Tokio y Helsinki son los mejores

La satisfacción de los clientes respecto al servicio ofrecido ha sido en los hoteles de Málaga superior al resto de España. Con 7,58 puntos, la capital de la Cos-

ta del Sol encabeza el Top 10 nacional y desplaza al segundo puesto a Murcia que, en esta ocasión, cae dos décimas, según el 'portal' Hotel.info.

Continuando con las ciudades españolas, Zaragoza también ha tenido que conformarse con una valoración inferior. Los clientes que han realizado reservas a través de esta web han valorado el servicio de los hoteleros de la ciudad con una puntuación media de 7,07. Madrid, con 7,23 puntos, recibe una puntuación ligeramente superior a la del año anterior, que fue de 7,22.

En la comparativa a escala internacional, apenas se observan cambios

en la parte alta de la tabla. Así, las posiciones situadas entre la primera y la octava posición permanecen invariables, con Varsovia como ciudad con mayor grado de satisfacción.

En la parte baja de la tabla, Vilnius desplaza a Pekín y pasa a formar parte de la clasificación internacional. Mientras que la valoración global de la hostelería de esta metrópolis lituana asciende de 7,19 a 7,25 puntos, la satisfacción de los

clientes de hotel.info con el servicio de los hoteles chinos se reduce de 7,20 a 7,16 puntos.

Por otra parte, de nuevo los clientes de los hoteles de Roma, París y Londres no están completamente satisfechos con el servicio. La ciudad eterna obtiene una puntuación de 6,92 puntos, superior a la recibida por la capital francesa (6,74) y a la de Londres, sede de los Juegos Olímpicos de 2012, con tan solo 6,58 puntos.

M&C Hotels gana un 32,2% más en el primer trimestre

El británico Millennium & Copthorne Hotels ha obtenido un beneficio neto de 20,5 millones de libras (25,2 millones de euros) en el primer trimestre, un 32,2% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior, cuando ganó 15,5 millones de libras (19,1 millones de euros). De enero a marzo, su cifra de negocio ha alcanzado los 175,5 millones de libras (251,7 millones de euros), un 0,7% más, ante el fuerte crecimiento del mercado asiático y el aumento de los precios en sus establecimientos.

Así, el ingresos por habitación disponible (RevPAR), ha registrado un incremento del 5,6% en el periodo. Éste se ha visto impulsado por el crecimiento del 21,6% de los ingresos unitarios en los establecimientos del resto de Asia, como en Seúl, Kuala Lumpur, Yakarta o Pekín.

Progresos en Londres

El presidente del grupo, Kwek Leng Beng, ha insistido en que la cadena continuará con sus progresos en Londres y Asia, además de mejorar su rendimiento en Estados Unidos. Además, ha apuntado que la cadena está buscando nuevas oportunidades de negocio por todo el mundo, a la vez que ha matizado que los resultados obtenidos en el primer trimestre van "en línea" con las expectativas de la compañía hotelera.

Producto

Hotel Indigo de IHG inaugura nueve hoteles en el primer semestre

Hotel Indigo, la marca *boutique* de InterContinental Hotels Group (IHG), ha inaugurado siete hoteles en cuatro países de todo el mundo durante los seis primeros meses del año a falta de que lo hagan otros dos durante este mes de junio, según la cadena. Hasta la fecha, ha abierto un establecimiento en China, el Hotel Indigo Xiamen Harbour, el Hotel Indigo Edinburgh de Escocia, en EE UU el Hotel Indigo Santa Barbara y el Hotel Indigo Waco Baylor y los dos primeros en Alemania.

Louvre Hotels amplía su presencia en España con su primer Premiere Classe

Première Classe, marca de Louvre Hotels Group, ha inaugurado un hotel en Zaragoza, el primero de la firma en España. Hasta el momento el grupo disponía de ocho hoteles de la marca Campanile en el país. Es un establecimiento ya existente que ha pasado a formar parte de la compañía hotelera y que funcionará bajo régimen de franquicia. Dada su ubicación, está dirigido principalmente a clientes que viajan en coche de Barcelona a la capital española, ya sea por ocio o por negocios.

Aumenta la demanda de hoteles sin niños aunque son un 36% más caros

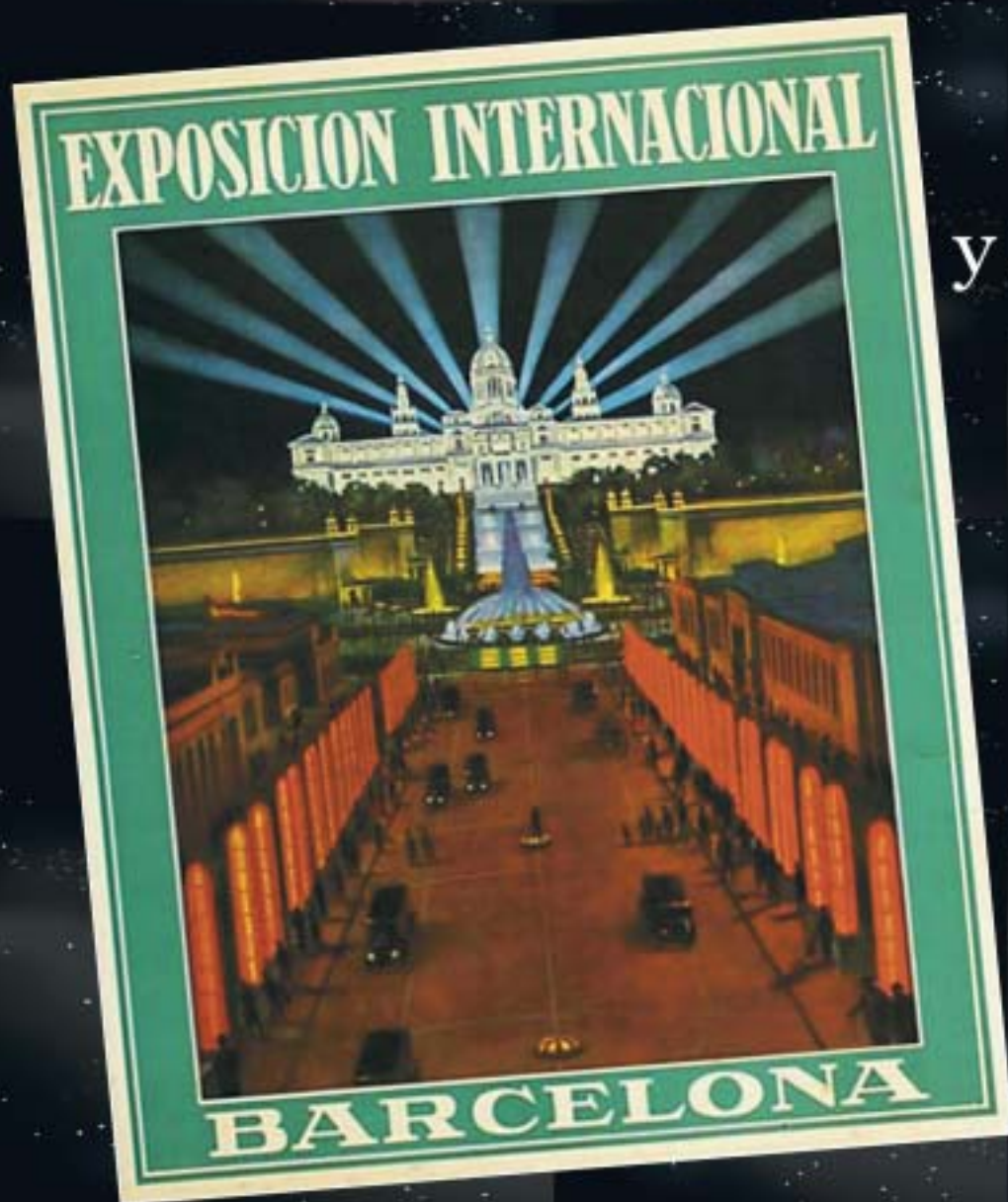
La demanda de los hoteles *only adults*, a pesar de ser un 36% más caros que los establecimientos convencionales, ha aumentado, según Atrápalo. Según la agencia *online*, este incremento se debe a la oferta de ocio, de tranquilidad, a las instalaciones así como a los servicios de los que están dotados estos hoteles, todo ellos dentro de la gama más alta. El perfil medio de este producto es de parejas mayores de 30 años que "o bien no tienen hijos o bien solo quieren disfrutar de tranquilidad y asegurarse que no va haber niños ni padres con niños", señalan desde el 'portal'.

La tecnológica N2S controlará el consumo energético de Fiesta Hoteles

El Grupo Matutes, compañía propietaria de Fiesta Hotel Group, y la tecnológica N2S han alcanzado un acuerdo estratégico para el desarrollo de soluciones de gestión inteligente de la energía tomando como punto de partida la instalación en el Gran Palladium Jamaica Resort & Spa. Éste es el mayor complejo hotelero del país caribeño y una de las infraestructuras de mayor consumo energético de la isla, con 14 GWh al año.



El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

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
ALONDRÁ/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
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 91-5467770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 3ª MADRID	☎ 902020702
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA	☎ 93-425 30 66 Fax 93-425 38 07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6ª 2ª MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBERJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ªB 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 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6ª BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 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 7º 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 5ªC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. 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 93-4158379
AIR Berlin Gran Via Asima 6A 1ªC 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 Fontanelle, 12 B 3ª BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
SPANAIR Aeropuerto. PALMA DE MALLORCA	☎ 902-131415-971-745020 Fax 971-492553
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2ª 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 382 16 61 Fax 91-3821664
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1ª MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA 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 sobreático BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	☎ 902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

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

Centrales de Reservas

CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	☎ 902-202010 Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA	☎ 902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
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 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7º	☎ 93-3429990 Fax 93-3429991
GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	☎ 902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ªB 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. Manóteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2ª Dcha. MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

¡NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN!

Considere cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y precios, visite nuestra página web: www.mesonero-romanos.com

Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 48 Dup. 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 & Comentar adaptado a sus posibilidades

La nueva página 'web' de AC Hotels se integra en el sistema de Marriot

AC Hotels ha sustituido su página en Internet por una nueva versión que, manteniendo un estilo semejante a la anterior, en el área de gestión se integra con el sistema general de las marcas del Grupo Marriot tanto para clientes como para las agencias.



www.espanol.marriott.com/ac-hotels/travelmi

Después de su integración en el Grupo Marriot, **AC Hotels** ha modificado su presencia en Internet, ofreciendo una nueva versión en la que manteniendo un diseño de marca semejante a la anterior, ha modificado todo el sistema de gestión de reservas, que ahora permite acceder a los hoteles de todas las marcas del grupo. Para la gestión de usuarios registrados, de empresas y de agencias enlaza con el sistema general de reservas del grupo. Presenta versiones para varios países, en castellano, inglés, francés, alemán, portugués, japonés y chino.

INFORMACIÓN

Accediendo por destino o desde la selección de hotel en la reserva, presenta una completa descripción del hotel y de sus alrededores, en varias pantallas, incluyendo sus ofertas, sus servicios para ejecutivos y las facilidades que ofrece para la organización de eventos.

RESERVA

Ha sustituido su gestión anterior de reservas, basado en el sistema estándar hotelier, por el sistema general de reservas de las cadenas del Grupo Marriot, que no mejora al anterior y no contempla la gestión desde agencias, a las que envía a una página común para todo el grupo.

GENERAL

En general presenta dos áreas de información, una dedicada a AC Hotels que incluye una descripción de la cadena y sus estándares de calidad, sus promociones y servicios para empresas; y en la segunda informa sobre Marriot, las marcas del grupo y sus ofertas de empleo.

▲ Lo Mejor / Cobertura

La web permite gestionar reservas de AC Hotels y del resto de hoteles en todo el mundo de todas las marcas de Marriot.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No contempla ninguna gestión desde las agencias, a las que envía a la página general para agencias del Grupo Marriot.

AC HOTELS / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La integración del sistema de AC Hotels en Marriot permite a las agencias de viajes integrar la gestión de sus hoteles en la del resto de marcas del Grupo, ya que esta página ofrece a los profesionales de Turismo el enlace con la página general de agencias registradas del Grupo.

7,5



Entrada / Incluye, en un formato semejante al anterior, una presentación de la cadena y el acceso a todas las áreas de la página.



Producto / Con un diseño semejante, pero distinta estructura, presenta la información del hotel y de sus servicios para eventos.



Reserva / Ha sustituido su sistema estándar de reservas por el de Marriot, menos intuitivo, y que envía a las agencias a otra página.

Korean Air no incluye en su página 'web' la reserva desde las agencias

El 'sitio' de Korean Air en Internet ofrece una amplia información sobre la compañía, sus vuelos propios y compartidos que enlazan Corea con la mayor parte del mundo, y un completo sistema de reservas válido únicamente para el cliente final.



www.koreanair.com

La compañía aérea **Korean Air** presenta en Internet una página de cuidado diseño en la que informa sobre la empresa, su historia, estructura y objetivos, incluyendo una completa descripción de sus rutas y horarios, así como un correcto sistema de gestión de reservas —no disponible para las agencias—, que informa para cada trayecto de las distintas alternativas y tarifas y dispone de funciones especiales para los clientes registrados en su club 'Skypass', del que ofrece una amplia información. Por otro lado, la web presenta versiones en inglés, francés, alemán y coreano.

INFORMACIÓN

Presenta su oferta de vuelos en dos áreas: un mapa activo con sus destinos los vuelos desde el seleccionado, con una descripción de cada ciudad y aeropuerto, y un buscador de vuelos compartidos por zona o compañía. También informa de los vuelos en curso y sobre su flota.

RESERVA

Dispone de un sistema de reservas de vuelos, válido únicamente para el cliente final con pago mediante tarjeta, y funciones especiales para los viajeros del Club 'Skypass' a los que ofrece el acceso posterior a la reserva y el check-in y la asignación de asiento online.

GENERAL

Incluye un área de información sobre la compañía, su historia, objetivos, estructura y resultados de operación, así como sobre las ventajas de su programa de fidelización 'Skypass' y un formulario para solicitar el alta. También ofrece una guía para el viajero en Seúl.

▲ Lo Mejor / Completa

Ofrece una información y un nivel de gestión muy completos a sus clientes registrados, aunque no tanto para el resto.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes, a las que no contempla en su gestión de reservas.

KOREAN AIR / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Korean Air informa en su página web sobre la empresa y los servicios —propios y compartidos— que ofrece, pero no contempla la posibilidad de que los profesionales de Turismo gestionen en ella sus reservas, por lo que resulta de poca utilidad para las agencias de viajes.

6,5



Entrada / Presenta la primera pantalla de reserva, la consulta de situación de vuelos y el acceso al resto de áreas de la página.



Producto / Ofrece un mapa activo con sus vuelos y una completa información de los de código compartido y de los vuelos en curso.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas para el cliente final, con una completa información de opciones y tarifas.

Reserva desde las agencias en la versión actual de la página de Avis

La nueva web de Avis, manteniendo una presentación semejante a la anterior, ha reestructurado sus contenidos, simplificando el acceso a la información y la gestión de reservas, en la que ha incluido un área especial para las agencias de viajes.



www.avis.es/

La página actual de Avis para España conserva la imagen de marca de la anterior, aunque ha actualizado su funcionalidad, mejorando la información sobre alquiler y venta de automóviles y modificando su tratamiento a las agencias de viajes convencionales, que ahora disponen de un área especial para su gestión, mientras ha dejado de ofrecer a las agencias online la posibilidad de enlazar con un *microsite* para el alquiler de sus vehículos. Dispone de versiones para muchos países, la analizada es la específica para España que sólo presenta una versión en castellano.

INFORMACIÓN

Presenta una completa información sobre su oferta de alquiler de coches, todo terrenos, furgonetas y Prestige, para la península, Baleares y Canarias. También incluye un área de vehículos en venta en la que informa por marcas incluyendo sus datos básicos, año de matrícula y precio.

RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas, válido para clientes registrados o nuevos, con pago mediante tarjeta en el momento de la reserva o a la recogida del coche, que también presenta áreas específicas para empresas concertadas y agencias de viajes registradas.

GENERAL

Mantiene la información sobre Avis en España, su historia, sus oficinas, todos sus productos, servicios y promociones especiales. También incluye un área de empleo y ofrece a sus clientes información sobre diversas rutas en coche en España y una guía del viajero.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Es un 'portal' muy completo que facilita la información y la gestión de alquiler y de venta de sus vehículos en España.

▼ Lo Peor / Idiomas

Aunque se trata de una página específica para el mercado español, sería conveniente incluir versiones en otros idiomas.

AVIS / Rent a Car

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	INFORMACION POSTERIOR									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Avis ha mejorado sensiblemente la utilidad para los profesionales de Turismo de su página en Internet al incluir una nueva área dedicada a la gestión desde las agencias de viajes, que disponen de un formulario de alta y la posibilidad de mantenimiento posterior de la reserva.

9.3



Entrada / Presenta, en un formato renovado, la primera pantalla de reservas, sus ofertas y el acceso a todas las áreas de información.



Producto / Informa sobre todos sus tipos de vehículos en la península, Baleares y Canarias, así como de su oferta de venta.



Reserva / Ofrece un sencillo sistema de reservas, con áreas específicas para empresas y agencias de viajes registradas.

Tailandia informa sobre el país en su página para España y Portugal

Tailandia presenta una página oficial de Turismo en la que informa sobre el país y sus lugares y actividades de interés para el viajero, aunque sin incluir hoteles u otros servicios turísticos, excepto una relación de turoperadores recomendados.



www.turismotailandes.com

La **Tourism Authority of Thailand** presenta una versión de su página oficial de Turismo dedicada a España y Portugal en la que, con una presentación mejorable y una estructura amigable, presenta una información adecuada sobre el país, su cultura y sus lugares y otros temas de interés para el viajero, aunque sin incluir hoteles ni otros tipos de servicios turísticos. Sin embargo, sí informa sobre turoperadores españoles que programan viajes a Tailandia y sobre empresas tailandesas en España y Portugal, para lo que presenta versiones en castellano y portugués.

INFORMACIÓN

Además de un amplio conjunto de folletos, parte de ellos en el área de profesionales, permite acceder a la información sobre sus temas más interesantes por tipo y zona, ofreciendo su descripción y fotografía. También incluye un área general de imágenes y videos.

RESERVA

No contempla ningún tipo de gestión de reservas ni informa sobre alojamientos u otros servicios, limitándose a incluir una relación de los turoperadores y aerolíneas que programan viajes a Tailandia, enlazando con la página sobre este país de la página del proveedor.

GENERAL

Ofrece una amplia información sobre Tailandia, su clima y cultura, dedicando un área especial a técnicas de masaje y de meditación e información de interés para el viajero. También incluye una relación de organismos y empresas tailandesas que ofrecen sus servicios en España.

▲ Lo Mejor / Información

Ofrece un adecuado conjunto de información sobre Tailandia, su cultura y sus temas de interés para un viajero.

▼ Lo Peor / Servicios Turísticos

Aunque informa sobre servicios en España, no incluye información sobre los servicios turísticos que ofrece el país al viajero.

TAILANDIA / 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

La página oficial de Turismo en Tailandia para España y Portugal puede resultar de algún interés para los agentes de viajes por la información que ofrece sobre sus atractivos turísticos y por su enlace con la página de los turoperadores que programan viajes hacia este país.

6.1



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, incluida una para profesionales, y la descarga de folletos.



Producto / Permite descargar sus folletos y acceder a su información por tipo y zona. Presenta una descripción del seleccionado.



Reserva / No incluye ningún tipo de gestión de reservas. Informa sobre turoperadores y líneas aéreas recomendados para viajar al país.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia de al menos un año

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

■ **Halcón Viajes.** Guadalajara. Se busca agente de viajes para ventas en mostrador en oficina situada en Guadalajara y Azuqueca de Henares. Requisitos: experiencia demostrable en agencia de viajes. C.V: halcons58@halcon-viajes.es.

■ **Presstour Viajes.** Madrid. Se necesita ejecutivo de cuentas con cartera propia para oficina en Madrid. Requisitos: manejo de los sistemas de reservas de Amadeus y Renfe. C.V: presstour@presstour-viajes.com.

■ **Unsol.** Madrid. Se ofrece incorporación inmediata para realizar las siguientes labores: atención telefónica y *online*, tramitación de reservas, resolución de incidencias con proveedores y clientes y contratación hotelera. Requisitos: titulación en Turismo, experiencia mínima de un año como agente, conocimientos de Amadeus, dominio de las *web* de mayoristas y capacidad de trabajo en equipo. C.V: agencias@unsol.es.

■ **Viajes Colmenar.** Madrid. Se busca agente con experiencia que le guste vender y atender al público. Requisitos: experiencia demostrable de venta en mostrador, buena

presencia, simpatía y aptitudes comerciales. C.V: sanchez@viajescolmenar.com.

■ **Almeida Viajes.** Valencia. Se necesita agente de viajes para Liria (Valencia). Requisitos: se requiere experiencia probada en agencia de al menos tres años. También se valorará cartera de clientes propia e idiomas. C.V: curriculum@almeidaviajes.com.

■ **Día Libre Viajes.** Madrid. Se necesita profesional para llevar la contabilidad de la agencia de viajes. Requisitos: dominio de Contaplus y experiencia demostrable en puesto similar. C.V: duran@dialibre.com.

■ **Ecoviatges Assessors.** Barcelona. Se busca agente *freelance*. Requisitos: estar dado de alta en la Seguridad Social en régimen de autónomos y contar con cartera de clientes propia. No es necesaria experiencia. C.V: info@ecoviatges.com.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Se necesitan agentes. Requisitos: experiencia de más de dos años, amplios conocimientos de Amadeus y Renfe y dominio de informática. También se valorarán referencias de empresas donde haya trabajado y conocimientos de idiomas. C.V: eco@viajeseco.com.

■ **Hispanorama Tours & Incentives.** Madrid. Agencia de viajes receptiva busca pro-

fesional a tiempo parcial. El trabajo consiste en la ayuda en la preparación y gestión de grupos 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.

■ **Grupo Belma.** Madrid. Se necesita técnico para organización de reuniones, incentivos, grupos, congresos y eventos. Requisitos: entre uno y dos años de experiencia en puesto similar, nivel alto de inglés, Amadeus, buena presencia, disponibilidad para viajar y manejo del paquete Office. C.V: eugenio calleja@grupobelma.es.

■ **Viajesmaspormenos.** Madrid. Se busca profesional para la gestión de reservas *web* y atención telefónica en agencia. Requisitos: experiencia en gestión de reservas. Mínimo un año en puesto de agente. C.V: info@viajesmaspormenos.com.

■ **Mondigital.** Madrid. Se necesita agente de viajes con experiencia en ventas en agencias *online* o por teléfono. Requisitos: personas que conozcan muy bien la oferta de los turoperadores actuales y con al menos dos años de experiencia en puesto similar. C.V: florencio.barranco@felicesvacaciones.es.

■ **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: nieves.sanchez@viajescolmenar.com.

■ **Viajes Dos.** Madrid. Agencia de viajes en crecimiento y expansión ha abierto un proceso de selección para incorporar personal. Requisitos: experiencia, 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.

■ **Viajes Unibras.** Madrid. Agencia de viajes de 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. C.V: consultas@viajesunibras.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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en el norte

↑ Aránzazu Hoteles presenta una nueva *web* en la que, manteniendo una amplia **información** con una nueva presentación, muy amigable, ha incluido la posibilidad de acceso desde dispositivos móviles y tabletas y la reserva desde empresas y agencias.

⇒ Su **utilidad** sólo está limitada por su bajo nivel de cobertura.

↑ Esta versión ya incluye la **reserva** desde agencias y empresas.



<http://www.aranzazu-hoteles.com>

Vuelos desde Venezuela

⇒ Conviasa presenta una página bien diseñada, en la que ofrece la **información** sobre la empresa, sus destinos, trayectos e itinerarios, incluyendo en la primera pantalla el acceso a la gestión de reservas de vuelos, que no estaba disponible.

⇒ Su **utilidad** está limitada a la información sobre sus vuelos.

↓ Su gestión de **reservas** no estaba disponible durante el análisis.



<http://www.conviasa.aero>

Transporte terrestre

↑ Autocares Esteve presenta una *web* de propósito limitado en la que ofrece una **información** muy general de la empresa y sus servicios y un formulario de consulta, a la vez que presenta el enlace con una oficina virtual estándar para usuarios registrados.

↓ Su **utilidad** está muy limitada por su escaso nivel de información.

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



<http://www.autocaresesteve.com>

Turismo en Granada

↑ La nueva página oficial de Turismo del Ayuntamiento de Granada presenta, con un diseño y una estructura muy adecuados, **información** sobre los atractivos y servicios turísticos de la ciudad, además de ayudas al viajero y un planificador de estancias.

↑ Es una página de **utilidad** por su amplio contenido.

↓ Para gestionar **reservas** enlaza con las *web* de los proveedores.



<http://www.granadatur.com>

Hoteles de costa y ciudad

↑ IsmyHotel.com ofrece al cliente final, esté o no registrado, la posibilidad de gestionar sus reservas en hoteles de todo el mundo, con un área diferenciada para hoteles de costas españolas, todo ello con completos sistemas de búsqueda y de **información**.

⇒ Es una página de **utilidad** por su cobertura y facilidad de uso.

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



<http://www.ismyhotel.com>

Turismo en La Rioja

↑ La nueva versión de la página *web* de RiojaTrek presenta, con un diseño y una estructura muy mejorados, su información sobre servicios turísticos relacionados con el vino y ha ampliado su oferta de rutas de naturaleza y culturales, incluyendo su reserva *on request*.

⇒ Es de **utilidad** relativa por su limitada oferta.

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



<http://www.riojatrek.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Bajas y ceses de actividad

✓ Resolución de 30 de mayo de 2012, de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana, por la que se otorga la declaración de Fiesta de Interés Turístico Local a la Baixa de Sant Roc de Serra.

✓ Anuncio del 18 de junio de 2012 de la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, por la que se anuncia el cese de actividad de las agencias de viajes Gestora de Servicios para Estancos y Viajes Tesoro, así como la cancelación de títulos-licencia de Viajes Zarauz y T&M Tours Agencia de Viajes.

✓ Notificación de 19 de junio de 2012 de la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería del Gobierno de Aragón, a la empresa A Babor Viajes, de la resolución de incautación parcial de la garantía constituida para responder del cumplimiento de las obligaciones derivadas del Decreto 51/1998, de 24 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de las Agencias de Viajes.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSOS

Gestión de viajes de negocios

IBTA desarrolla el curso 'online' 'Business Travel Expert'

Con una decidida apuesta por la profesionalización del sector de los viajes corporativos en España, la Asociación Ibérica de Viajes de Negocio (IBTA), a través del Business Travel Institute, ha desarrollado el primer curso *online* sobre la gestión de viajes de negocios, denominado 'Business Travel Expert'. El nuevo curso, de ámbito nacional, "se posiciona como la puerta de entrada a la especialización en el sector de los viajes de negocios, ofreciendo una formación específica, con el objetivo de dotar a los alumnos de los conocimientos básicos que implica la profesión de *travel manager*, así como el trabajo que desempeñan los profesionales en las compañías proveedoras de servicios", afirman desde IBTA.

"Cada vez más, las empresas necesitan profesionales capaces de dominar elementos que van desde la optimización de los costes de los viajes, negociación con proveedores, *software* de gestión de viajes, control de gastos, dotes comerciales, etc.", señalan. "En este sentido, el curso ayuda a co-



nocer estos conceptos, la metodología de trabajo más eficaz, así como las herramientas necesarias para poder aplicar en el ejercicio de la profesión", prosiguen desde IBTA.

El curso *online* 'Business Travel Expert', que comenzará el próximo mes de septiembre de 2012, cuenta con un completo programa abalado por el Business Travel Institute de IBTA. Además, permite realizar las sesiones formativas desde casa, por lo que se adapta a las necesidades de aquellos profesionales que valoran la flexibilidad a la hora de elegir su formación.

LIBROS

Nacen las guías de viaje para niños

Guías de viaje para niños
Edita Langenscheidt Ibérica

La editorial Langenscheidt Ibérica ha lanzado unas guías de viaje para niños a partir de ocho años que muestran la cara más divertida y aventurera de las capitales de Europa, con el objetivo de ayudar a los padres a disfrutar de un buen viaje en familia. Las guías nacen para ofrecer a los turistas más jóvenes la posibilidad de disfrutar de las ciudades más importantes de Europa desde un punto de vista más juvenil.

En ellas se muestran rincones escondidos, secretos, curiosidades y planes para realizar en familia. Escritas por la periodista Lucía Martín, ofrecen apartados como 'Planes para hacer dentro si hace mal tiempo', 'Actividades para hacer en la calle si luce el sol', '¿Qué hacer fuera de la urbe?' o el calendario de los actos más divertidos durante todo el año en esas ciudades. Además, se puede encontrar actividades y juegos en cada uno de los capítulos y una guía de conversación.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en julio

● Del 5 al 8 de julio de 2012, Hapan Expo 2012, recinto ferial París Nord Villepinte, París, Francia. La feria, dedicada a la cultura japonesa, permitirá a los visitantes conocer de primera mano los atractivos turísticos del país, así como su arte, gastronomía y moda, entre otros aspectos. Asimismo, el certamen contará con diferentes actuaciones y actividades relacionadas con el país nipón. Para ampliar la información sobre la feria celebrada en París puede entrar en la página web www.japan-expo.com.

● Del 19 al 22 de julio de 2012, Sala Internacional de Turismo & Gourmet (Salatur), Centro de Eventos y Convenciones Dejavu Espacios, Caracas, Venezuela. El evento permitirá a las empresas turísticas de Venezuela establecer lazos comerciales con profesionales del resto del mundo. Asimismo, los visitantes podrán encontrar durante sus cuatro días de duración las ofertas de los principales proveedores turísticos. Más información en la web www.promovilsystems.com.

N BOLSA DE TRABAJO
nexotur.com

¿Necesita
un profesional?

Ofertas y Demandas
de Empleo para
Profesionales de
Agencias de Viajes

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

Cumplimente
AHORA sus demandas
y ofertas de empleo
en tiempo real

¿Busca trabajo?

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



SUBEN

▲ Vicente Blasco



El presidente de AEDAVE y vicepresidente de la Mesa del Turismo, Vicente Blasco, ha sido designado vicepresidente de CEAV. El cargo que hasta ahora ocupaba Blasco en la Confederación, el de vicepresidente de asuntos aéreos, se fusiona con el de emisor.

▲ Laura Fernández



La directora general de Catai Tours, Laura Fernández, ocupará el cargo de la recientemente fallecida Matilde Torres en CEAV. La hija de la fundadora de Catai, que accedió a la dirección general del turoperador en mayo, será la vicepresidenta del área de mayoristas de CEAV.

▲ Manuel Fernández



Manuel Fernández de la Rosa ha sido nombrado nuevo director de Le Mauricia por el consejo directivo de la cadena hotelera Beachcomber Hotels. Su elección se debe a su amplia experiencia en el sector hotelero durante los últimos 30 años.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Gonzalo Pascual	3
Entrevista / Sebastián Franquis	4
Escaparate	6-14
Mostrador	15-19
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluatnet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

25 de Junio al 1 de Julio de 2012



LA SEMANA

Las ventas para la temporada de verano no arrancan

Ni el buen tiempo ni las innumerables ofertas de las agencias de viajes y demás operadores turísticos consiguen animar las reservas para los meses de julio y agosto. A la espera de un más que posible repunte de ventas en el último momento, especialmente en agosto, las empresas turísticas que operan en el mercado español muestran una gran preocupación por el transcurso de las semanas previas al inicio de la temporada estival. Por un lado, algunas agencias de viajes empiezan "dar por perdido" este año, ya que ninguno de sus esfuerzos ha servido para reactivar la demanda. Por otro lado, las aerolíneas nacionales reconocen que la demanda nacional está aún más debilitada que en 2011.



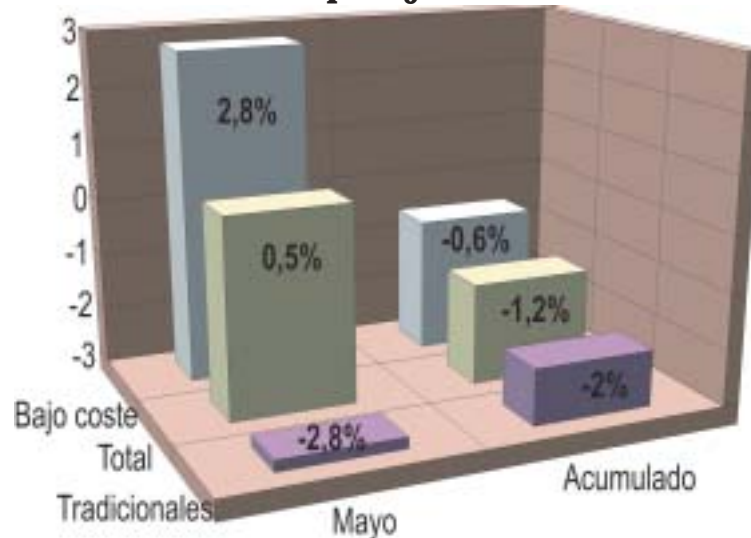
Semana del 2 al 8 de Julio de 2012
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Las 'low cost' ganan pasajeros

De los 5,8 millones de pasajeros aéreos recibidos por los aeropuertos españoles en mayo, el 60,9% corresponde a aerolíneas de 'bajo coste'. Esta modalidad aérea contabiliza un 2,8% más de viajeros que en el mismo mes de 2011, mientras que las compañías aéreas tradicionales pierden un 2,8% de usuarios. Asimismo, el factor de ocupación de las compañías aéreas low cost es siete puntos porcentuales superior al de las convencionales.

Entrada de pasajeros en avión



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

El modelo *low cost* vuelve a crecer tras cuatro meses consecutivos negativos. Según el Instituto de Estudios Turísticos (IET), los aeropuertos españoles han recibido en mayo 5,8 millones de viajeros internacionales, un 0,5% más que en el mismo mes del año anterior. De éstos, el 60,9% ha utilizado una aerolínea de 'bajo coste' (3,5 millones), lo que supone un incremento interanual del 2,8%. Todo lo contrario ocurre con las compañías aéreas convencionales, que pierden un 2,8% de usuarios, hasta 2,3 millones.

La ocupación de los vuelos de *low cost* alcanza el 81,9%, una cifra superior a la de los últimos siete meses, y que además representa siete puntos más que la de las tradicionales. Un mes más, Ryanair, Easyjet y airberlin son las aerolíneas de 'bajo coste' con mayor volumen de pasajeros, con el 58,9% del total. De las tres, solo Ryanair muestra un retroceso interanual.

En los cinco primeros meses del año los aeropuertos españoles han recibido un total de 22,3 millones de viajeros, un 1,2% menos que en el mismo periodo de 2011. Las compañías aéreas de 'bajo coste' concentran el 56,3% de las entradas, con algo más de 12,5 millones, experimentando un descenso del 0,6%. Por su parte, las convencionales pierden un 2% de usuarios, con cerca de 9,8 millones.

Dominio de Reino Unido

Profundizando en la evolución de las *low cost* en mayo, destaca en primer lugar el peso del mercado emisor británico, origen del 37,8%

de las entradas. Así, Reino Unido es el punto de origen de 1,3 millones de pasajeros, un 0,7% más que en 2011. Baleares es el principal destino de este mercado (25,9%) y registra un ligero crecimiento del 0,5%. Le sigue Andalucía con el 17,4%, un 4,4% menos.

Desde Alemania han volado aproximadamente dos de cada diez pasajeros, un 3,4% más que hace un año. Baleares es la Comunidad autónoma que más turistas en *low cost* recibe (56,8%), experimentando un avance interanual del 4,5%. Un mes más es destacable el incre-

mento del 28,9% de viajeros en esta modalidad aérea en Cataluña.

La tercera potencia emisora es Italia, con el 8,8% de los pasajeros aéreos, un 6,4% menos que en mayo de 2011. Entre sus principales destinos, solo Cataluña mejora, con una variación del 6,5%, mientras que el resto de Comunidades autónomas principales siguen mostrando descensos, al igual que en los meses anteriores. A continuación de estos tres países, otros con menor importancia por volumen de llegadas en aerolíneas de 'bajo coste', como Francia o Países Bajos, muestran avances interanuales del 6,1% y 5,5%, respectivamente.

Baleares a la cabeza

Por Comunidades de destino, las que más pasajeros han recibido en mayo son Baleares (26,7%), Cataluña (22,5%), Andalucía (13,9%), Comunidad Valenciana (12,3%) y Canarias (11,9%). Las dos primeras mejoran las cifras de hace un año, al crecer un 5,3% y un 16,7%, respectivamente. Canarias mantiene la cifra de mayo de 2011, mientras que Andalucía y la Comunidad Valenciana experimentan caídas del un 3,1% y 6,3%, respectivamente, continuando con la tendencia registrada en meses anteriores.

El de Palma de Mallorca es el principal aeropuerto de destino para los turistas que han utilizado compañías aéreas *low cost*, con el 21,2% de las entradas, un 7,2% más que en 2011. No obstante, Cataluña es la que mejor evoluciona, con un aumento del 27,4%, concentrando el 17,4% de las entradas por esta vía.

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

De Profesional a Profesional

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

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

Nexopublic
CONSULTING

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