



ABEL
MATUTES

Unidad de mercado

PÁG. 12 / La Mesa felicita al Gobierno por la Ley de Unidad de Mercado



JULIO
GÓMEZ-POMAR

Cambio del sistema

PÁG. 9 / Renfe debe demostrar que puede gestionar el cambio que se le exige



ÁLVARO
MIDDELMAN

Mercado español

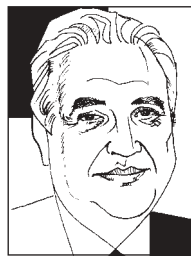
PÁG. 10 / airberlin apuesta por España a pesar de sus altas tasas aéreas



JUAN CARLOS
AZCONA

Más valor añadido

PÁG. 12 / Las agencias generan mayor valor añadido que otros canales



PABLO
OLMEDA

Recurso contra tasas

PÁG. 9 / ALA recurre la propuesta de incremento de las tasas aeroportuarias

El presupuesto de Turismo sufre un recorte del 50% en dos años

El máximo se asignó en los penúltimos Presupuestos del Gobierno socialista

El Turismo contará en 2013 con 310,7 millones de euros, según los Presupuestos Generales del Estado. Esto supone un 29,1% menos que en 2012, frente a la

reducción media del 8,9% que sufrirán los ministerios. Este fuerte recorte se suma al que ya se aplicó en 2012, cuando se redujo un 29,5% la partida.



Fuente: IET.

© NEXOTUR

Un 6% menos de viajes en agosto

Los residentes en España han realizado 21 millones de viajes en agosto, un 5,6% menos que en el año anterior. **Pág. 12**

La venta de viajes del Imerso en noviembre

El 3 de noviembre comienzan las ventas de viajes del Imerso con un 33,8% menos de presupuesto y menos de 900.000 plazas. **Pág. 10**

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

En 2013, el Turismo dispondrá de un 29,1% menos del Presupuesto del Gobierno, con 310,7 millones de euros. Este recorte en el segundo año del Gobierno de Rajoy, se suma al del 29,5% que aplicó en 2012. De este modo, la partida destinada al Turismo es la mitad que en 2011, la última del Gobierno socialista, cuando fue de 622,4 millones. El techo se



Mariano Rajoy

Alojamientos Turísticos (CEHAT). **Escapate en pág. 6**

alcanzó en los penúltimos presupuestos del Gobierno socialista, cuando se superaron los 776 millones. Esta reducción ha provocado que se ponga en entredicho la viabilidad del Plan Nacional e Integral de Turismo, como avisan CEAV y la Confederación Española de Hoteles y

El Gobierno 'da luz verde' a una conciliadora Ley de Costas

Ya está en marcha la nueva Ley de Protección y Uso Sostenible del Litoral que modifica la Ley de Costas de 1998. Como señala la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, los cambios introducidos "concilian la protección del medioambiente con actividades económicas sostenibles, nos liberan de atrocidades urbanísticas y nos dotarán de herramientas para garantizar y mejorar la seguridad jurídica de los propietarios de vivien-

das en la costa", así como de quienes llevan a cabo actividades económicas "como es el caso de los chiringuitos". De esta manera, la nueva Ley indultará a los chiringuitos, defendiendo que "suponen una peculiaridad de la oferta turística del país". Asimismo, permitirá la renovación de las infraestructuras del litoral, siempre y cuando no impliquen un aumento de volumen, altura o superficie. **Escapate en pág. 11**

Catai: 'Nuestro reto es seguir con el compromiso de calidad'

Catai Tours se consolida como líder en grandes viajes

Los nuevos directores de Catai Tours, Laura Fernández y Germán Fernández, destacan que "estamos en un año complicado, aunque el primer semestre fue bueno, ha habido una bajada de reservas en julio y agosto que va a provocar que los resultados del segundo semestre no sean



Laura Fernández



Germán Fernández

los deseos". Igualmente, subrayan que "Catai es una empresa consolidada, líder en grandes viajes en España, y desde luego nuestro reto es continuar con la línea de compromiso con la calidad y la innovación que ha mantenido desde sus inicios". **Entrevista en pág. 4**



La alcaldesa de Madrid junto a los propietarios de NEXO, en la Gala AEEPP.

Editores del año. La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, y el presidente de AEEPP, Arsenio Escolar, entregaron a los propietarios del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, el Premio a los Editores del Año 2012 en la Gala Anual de AEEPP. **Escapate en pág. 12**

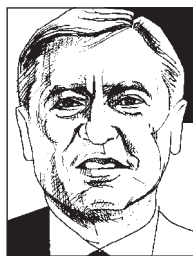


Hemos puesto el corazón en acercarte al mundo.

■ CLAVES

**Termalia Perú,
'Agua y Naturaleza'**

Termatalia Perú 'Agua y Naturaleza', que se ha celebrado del 28 al 30 de septiembre en Callao (Lima), ha concluido su primera edición en América Latina convertida en un motor para el desarrollo del Turismo de salud y bienestar en el continente, en el epicentro mundial del sector y también en el foro dinamizador de la cooperación entre sector público y privado para desarrollar el termalismo y generar riqueza en las zonas rurales, donde se encuentran la mayoría de las aguas minero medicinales.



◉ ALEJANDRO RUBÍN

Ha contado con la presencia de un total de 140 expositores de 21 países. Además, durante los tres días de feria se han registrado más de 10.000 visitas, siendo 2.800 profesionales del sector. De sus operaciones se calcula un volumen de negocio superior a los 43 millones de dólares, contando contratación turística e inversión en estructuras.

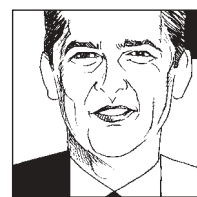
Las cifras generadas por la feria han sido posibles con el decidido apoyo de MINCETUR y PROMPERÚ, y también del Gobierno Regional del Callao y de la Municipalidad del Callao, además del compromiso de los principales gremios profesionales vinculados al Turismo. También ha contado con colaboración desde España, en especial del Gobierno de Galicia, el Ayuntamiento de Ourense y Observatorio Nacional de Termalismo. Fruto de ello, Termatalia ha sido declarada Feria Internacional por los gobiernos de España y Perú, Evento de Interés Turístico Nacional y concesionaria de la Marca País Perú.

Perú asumió el reto de acoger la feria de Termatalia y se preparó a fondo para hacerlo. Su objetivo es vertebrar una oferta global termal y lo tiene todo a favor: ubicación, recursos naturales, tradición termal... La afluencia de profesionales relacionados con el turismo dejó patente el compromiso del Perú con este centro de negocios que consideraron clave para definir un nuevo producto turístico basado en el termalismo, que puede complementar al resto de productos ya existentes. No me cabe duda de que Termatalia Perú 'Agua y Naturaleza' ha sabido reflejar las posibilidades de inversión de este país.

◉ Alejandro Rubín es director de Termatalia Perú

‘En el contexto actual de competencia en la oferta enoturística y de exigencia en la demanda, el Sector debe innovar y perfeccionar, básicamente, en servicios, equipamientos enoturísticos y en la articulación imaginativa de nuevas actividades’, señala Bartolomé Nieto

TRIBUNA



◉ BARTOLOMÉ NIETO

Turismo, vinos y medio ambiente (I)

RESULTA EVIDENTE QUE España es tierra de vinos y si a esto se suma su carácter como tierra de acogida y potencia turística, la correlación es clara. Son más de 1,5 millones de personas las que visitan las bodegas adheridas a la Ruta que conforman el Club de Producto Rutas del Vino de España, durante 2011, suponiendo esta cifra un incremento del 6,1% respecto a 2010, según los datos de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), siendo las más visitadas El Marco de Jerez y el Penedés. Del mismo modo, son cerca de 6.000.000 de turistas los que vienen a España bajo la motivación vinos y gastronomía.

En el contexto actual de competencia en la oferta enoturística y de exigencia en la demanda, el Sector debe innovar y perfeccionar, básicamente, en servicios, equipamientos enoturísticos y en la articulación imaginativa de nuevas actividades.

Hoy día, los visitantes son más exigentes, están 100% conectados. El turista es consciente de la diversidad de opciones que le ofrece el mercado, a través de múltiples canales de comercialización (agencias, buscadores de actividades online, 'paquetes' de experiencias, etc.). Esta exigencia aplicada al enoturismo se traduce en una mayor diversidad de idiomas para la realización de visitas guiadas, en la ampliación de horarios, en la personalización de las visitas, y en una mayor calidad del servicio. Un ejemplo serían los siete idiomas de las Bodegas Torres, mediante audio guía.

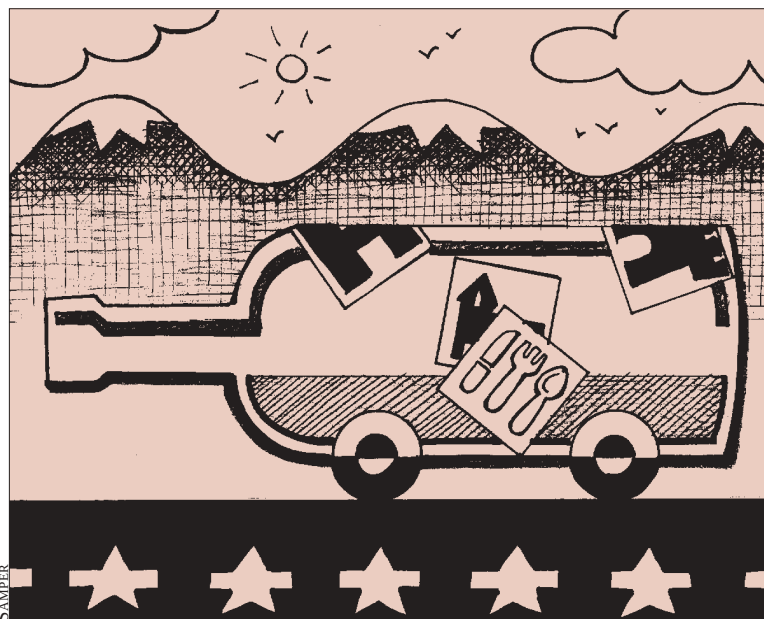
El grado de conocimiento de la oferta, que tienen los futuros visitantes es otro elemento a considerar para articular los servicios (visitas, catas, cursos de catas, etc.).

La demanda desea vivir nuevas experiencias en torno a los sentidos y las sensaciones. Podríamos citar Marques de Riscal. Una experiencia, no solo por el edificio, sino por su hotel, la gastronomía, spa con tratamientos de vinoterapia, la vinoteca y la biblioteca. Sin embargo, otras estrategias de presupuesto bajo como la creación de actividades innovadoras que trabajen en la materialización de los sentidos se convierten en opciones posibles para la gestión de cualquier bodega.

Existe una diversidad de perfiles y motivaciones: grupo, familiares y amigos, incentivos y reuniones, eventos o público con discapacidad (Turismo de la Rioja permite la búsqueda de bodegas accesibles),...

Con Francia como país pionero, esta modalidad de viaje ha ido consolidándose poco a poco en algunos de los principales países productores de vino a nivel mundial. Italia y Estados Unidos son otros dos países en los que fijarse por la solidez de su pro-

centrando un tercio de los extranjeros y los estadounidenses que tienen la misma presencia que los franceses. En el caso de destinos turísticos de gran tradición como es el caso de la ciudad de Ronda el Turismo nacional supone el 53%.



ducto, sin olvidarse del caso de Australia, Chile, Argentina o Portugal, que llevan años diseñando y fortaleciendo sus rutas enoturísticas.

Prueba de ello, es que el grueso de literatura sobre enoturismo se ha escrito en los últimos diez años. Existen

investigaciones documentadas en Australia, Canadá, Italia, Portugal, Sudáfrica, Hungría, Chile, Nueva Zelanda y España entre otros.

En el Sector se están realizando estudios para determinar cuáles son los rasgos diferenciales del enoturista. Por un lado, tenemos las cifras clave del enoturismo mundial elaborado por Great Wine Capital, que analiza nueve regiones vitivinícolas mundiales, y a nivel nacional las que proporciona ACEVIN. También disponemos de estudios sobre comarcas concretas como el caso de la Serranía de Ronda.

Algunos de estos datos son:

— Enoturismo de proximidad. En el caso de España el 80,6% son del propio país, siendo Cataluña la primera emisora (19,3% del mercado). Según el informe mundial, el peso del Turismo doméstico es significativo aunque es notablemente inferior (40%). Los principales emisores a nivel mundial son los Países Bajos, Reino Unido, EE UU y Canadá. En España destaca el mercado alemán, con-

— Uso masivo del coche. Con un 78%. En el caso de Ronda los enoturistas representan un 63% y los enoexcursionistas un 47%, usando el bus el 53%.

— A nivel mundial, el segmento de edad principal se sitúa entre los 36 y 55 años (45%). Destaca también el peso del segmento senior (más de 56 años). En España y en el caso de la Serranía de Ronda los valores son similares. — En cuanto al alojamiento el hotel de cuatro estrellas se impone (30%). En el caso de Ronda es un 80%.

En este sentido, la estadía del enoturista en Ronda (57% dos noches y 43% una noche) es inferior a la detectada en las Rutas del Vino de España (ACEVIN 2008) donde se sitúa en 3,1 noches de estancia.

— La incorporación de la mujer al vino (45%).

— El gasto es más elevado. La Rioja 157 euros. Napa 210 dólares. En el caso de Ronda 158 euros.

— De la investigación desarrollada se desprende que los enoexcursionistas (67%) tienen un mayor peso numérico que los enoturistas (33%).

— Del mismo modo, destacar que mayoritariamente, tanto el enoexcursionista como el enoturista tienen un nivel alto de estudios, fundamentalmente de carácter universitario y que su cultura del vino es media.

— Resulta interesante destacar que la recomendación es el principal vehículo de difusión y toma de decisión de visitar las bodegas, tanto por el enoturista como por el enoexcursionista. Esta tendencia también es perceptible a nivel nacional (ACEVIN 2008). No obstante, en el caso de los enoturistas el porcentaje es mayor (68% de los casos). Destaca también el uso de Internet, mucho más extendido en el enoturista (57%) que en el enoexcursionista (23%). De lo anteriormente expuesto tiene coherencia que en más de un 84% de los casos, la decisión del viaje se tome en el lugar de procedencia/residencia (recomendación de amigos e Internet). Este dato no debe sorprendernos puesto que concuerda con la tendencia general de organización de viajes en todo el mundo. En el caso del estudio de las rutas del vino de España (ACEVIN 2008) el 63% de los encuestados habían organizado el viaje de forma independiente. Del mismo modo, decir que el peso de los intermediarios especializados dispone de una cuota de mercado bastante escasa, tanto en el enoexcursionismo como en el enoturismo. El enoturismo no ha entrado, de momento, con fuerza en los canales de intermediación tradicionales a excepción de algunas agencias especializadas.

— En cuanto a la organización del viaje, existen diferencias en los comportamientos. En el caso de los enoexcursionistas predominan los via-

jes en pareja y con amigos, mientras que en los enoturistas predominan los viajes con amigos, en primer lugar, seguido de los viajes en pareja, solos y con la familia (5%), lo que denota que, al menos en este ámbito y a diferencia de otras zonas, como Ribera

del Duero (Matellanes 2008), la visita a una bodega no tiene un componente familiar tan fundamental (32%). De lo anteriormente expuesto, podemos deducir que el Turismo asociado al vino se disfruta, fundamentalmente, en grupo ya sea mediante organización profesional o independiente.

— Para finalizar, podemos decir, que las motivaciones del enovisitante son heterogéneas y múltiples, y que por ende, aunque existen enoturistas y enoexcursionistas puros (20% enoturistas puros y un 15% de enoexcursionistas puros), las motivaciones son extraordinariamente complejas, tal y como se ha podido comprobar en la Serranía de Ronda.

◉ Bartolomé Nieto González es Asesor técnico de la RVR. Ruta de las bodegas y vinos de la serrañia de Ronda. Experto en enoturismo. Ponencia de Futuralia.

Hay que tener en cuenta el grado de conocimiento de la oferta que tienen los futuros visitantes

El enoturismo no ha entrado con fuerza en el canal de intermediación tradicional excepto alguna especializada

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: Carlos Ortiz
Coordinadora General: Marga González

SECCIONES: Miguel Praga (*Escaparaté 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 Moratilla Salvador
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 (*consultoría*), Nexo Creativo (*Publicidad*), Salón TurNexo (*Ferías*), Nexotel (*Comunicaciones*), Nexodata (*Bases de Datos*), Gráficas de Prensa Diaria (*Impresión y Papel*) y Distribuidora National Post (*Emblizado 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**

Ante los 'recortes' al Turismo

EL TURISMO VIVE EN LA ESQUIZOFRENIA. Al igual que ocurre en otros ámbitos, la mayoría de empresarios y profesionales del Sector Turístico exigen a las Administraciones Públicas que se aprieten el cinturón, pero rechazan que se recorte el gasto en Turismo.

El informe de NEXOTUR sobre los sucesivos recortes de la asignación al Turismo en los Presupuestos Generales del Estado, revelan que la inversión gubernamental en Turismo se habrá reducido casi a la mitad en 2013. Un drástico recorte presupuestario que se suma a un no menos notable incremento de la presión fiscal, con el incremento del IVA turístico, las tasas de aeropuertos y puertos o la imposición de impuestos al Turismo como el catalán.

La política económica del presidente Rajoy, que aplica Montoro a sangre y fuego, e impuesta desde Alemania, la Comisión Europea, BCE y FMI, ponen en una situación desairada a los máximos responsables de la actividad turística en el Gobierno de España. De hecho, tanto el ministro José Manuel Soria como la secretaria de Estado, Isabel Borrego, se han visto sorprendidos por los recortes adicionales sobre partidas turísticas, como los viajes de la tercera edad, aplicados por el Ministerio de Hacienda poco antes de que el Consejo de Ministros extraordinario aprobase los Presupuestos del año próximo.

A diferencia de gran parte de las dos legislaturas presididas por Zapatero, en las que la economía estaba al servicio de la política, la adversa coyuntura obliga al Gobierno de Rajoy a supeditar la política, incluido la social o el Turismo, a la durísima realidad económica actual.

De hecho, reducir a la mitad el dinero dedicado al Turismo supone eliminar en una gran parte la inversión publicitaria convencional, sustituyéndola por acciones online en Internet —con mucha imaginación y no poco esfuerzo— a cargo de la TurEspaña de Manuel Butler.

Es probable que las consecuencias del severo tijeretazo a las campañas de promoción de España en el exterior, al igual que a las acciones de comarketing o la participación en ferias, no nos pasen factura a corto plazo; pero nadie duda que lo harán a medio y largo plazo.

Aunque el rechazo a los recortes es comprensible por parte del Sector, ante el temor de que perjudiquen seriamente al receptivo (tras la caída del 20% del emisor), está por llegar el gran parón de

la promoción turística de las Comunidades autónomas. Y no sólo eso. Autonomías y Ayuntamientos están ante la tesitura de cerrar Patronatos, Oficinas de Turismo, Convenciones Bureau y otras empresas públicas, prescindiendo de miles de empleados públicos no funcionarios, y acometiendo una difícilísima absorción de estos cometidos por parte de las direcciones generales autonómicas y las delegaciones municipales de Turismo. Por tanto, el recorte del Gobierno podría ser el anticipo.

Culpar a los responsables del Turismo (y sumarse a la marea deslegitimadora de la clase política) no es propio del pragmatismo del Empresariado turístico español. Aunque duela, son tiempos duros en los que el Sector ha de asumir su parte alícuota de sufrimiento (y recortes).

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La comprensible preocupación del Sector, ante el 'recorte' de la promoción exterior, es compatible con la exigencia de austeridad tanto en la Administración central como en las Autonomías y Ayuntamientos

▲ check-in / MOLAS, PRESIDENTE

CEHAT, adalid de la Hotelería

CEHAT afronta su renovado Congreso anual desde el compromiso con "toda la Hotelería", ya sean grandes, medianas y pequeñas cadenas u hoteles independientes, en línea con el firme compromiso adquirido por la Confederación con el Sector Hotelero en su conjunto. La Confederación es parte esencial del Consejo de Turismo de CEOE, presidido por el hotelero Joan Gaspart, vicepresidente tanto de CEHAT como de HOTREC, el influyente lobby sectorial hotelero en Bruselas, y líder del Asociacionismo empresarial del Turismo en España.

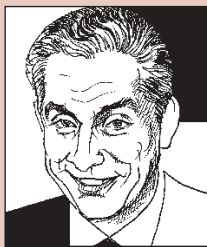
Tras dos brillantes e intensas legislaturas en las que la Confederación ha impulsado como nunca el Asociacionismo Hotelero, el presidente de CEHAT Joan Molas, y su excelente equipo —dirigido por el secretario general, Ramón Estalella, y el gerente, Valentín Ugalde—, afronta su tercer mandato.

La Hotelería ha hecho oír su voz ante la sociedad, influyendo ante la opinión pública a través de la Prensa, y ante los gobernantes. Una opinión que siempre ha representado el sentir sectorial, expresando CEHAT su preocupación o malestar ante las más altas instancias y los medios de comunicación, por la repercusión en los hoteleros de medidas como la subida del IVA o la reducción de los viajes del Imsero. Mientras, desde el lobby progubernamental Exceltur, se daba jabón a los políticos, velando sólo por los intereses de alguno de los grandes, puesto al servicio de las veleidades políticas y de la ambición personal de su histriónico gerente.

De ahí la importancia de que CEHAT continúe en esta línea, que es la del conjunto de nuestra Hotelería.

★ personaje de la semana / Manuel Butler

El director general de Tur-España cuenta con pleno apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo y el respaldo del Sector, que tiene en muy alta estima su capacidad de gestión. El papel de este versátil, incansable y discreto ingeniero



naval formado en el IESE y Universidad de Navarra, es especialmente relevante en este periodo, el más difícil que jamás ha afrontado un responsable de Tur-España. Y en el que, gracias a su brillantez, está haciendo de la necesidad, virtud.

🔥 la chispa / Quique



▼ check-out / RESCATE DE ESPAÑA

Amenazas al Turismo en España

La incertidumbre sobre un eventual segundo rescate de España (el primero fue la "recapitalización de la Banca con fondos de la Unión Europea, avalados por el Estado, que sí computan como déficit), es causa de profunda preocupación en el Turismo.

Varias multinacionales habían diseñado antes del verano planes de evacuación para abandonar el mercado español en caso de rescate. A los que, paradójicamente, podrían sumarse nuevos planes para salir de España en caso de que Alemania y los países de su área de influencia impidan el rescate.

El retraso en la llegada de la "recapitalización bancaria", agravando la perentoria necesidad de dinero fresco por parte del sector financiero, está estrangulando aún más a muchas empresas turísticas. Máxime a aquellas que negocian contrarreloj con la Banca la renovación de su deuda, dificultada por la falta de liquidez del sistema y el creciente riesgo país de España. Una doble lacra para un acceso a la financiación que es cada día más acuciante.

Aunque está por ver el efecto que tendrá sobre el receptivo (el emisor se ha desplomado un 20%), especialmente si remite el efecto Primavera Árabe, la espantada de multinacionales y el corte en seco de la manguera de aportación de capital a filiales en España (incluidas empresas del Sector) podrían tener consecuencias nefastas para nuestra Economía. Si a ello se suman el cierre del grifo crediticio y el aumento exponencial de nuestro riesgo-país, las perspectivas no pueden ser más desalentadoras, y supondría que en 2013 continuaría la sangría de cierres de agencias y quiebra de empresas turísticas.

Catai Tours es una marca sinónimo de garantía de calidad, que da confianza a los viajeros y a las agencias, y en estos momentos es algo que se valora mucho / Nuestro producto no es un producto típico de última hora, pero sí ha habido un retraso en la decisión de compra / No se han reducido las comisiones a las agencias y hemos tratado por todos los medios de ayudarles en la venta

«Catai Tours mantendrá su compromiso con la calidad y la innovación»

Laura Fernández y Germán Fernández / Directores de Catai Tours

A principios de mayo de 2012 Catai Tours hacía oficial el nombramiento de los hijos de Matilde Torres, Laura Fernández Torres y Germán Fernández Torres, como nuevos directores generales de su consejo de administración. Incorporados a la empresa en 1998 y 2001, respectivamente, ambos son accionistas desde 2003 y forman parte del consejo de administración desde 2007. Para este nombramiento han contado con el respaldo de los socios fundadores del turoperador líder en el segmento de grandes viajes en España, Blanca García e Isabel Torres, que continuarán con su labor directiva dentro del grupo, así como de Pierre Pontico.

P.- ¿Cuáles son sus retos al frente de Catai Tours?

R.- Catai Tours es una empresa consolidada, líder en grandes viajes en España, y desde luego nuestro reto es continuar con la línea de compromiso

con la calidad y la innovación que ha mantenido desde sus inicios. Además, vivimos en el reto continuo de mantener a Catai como una empresa moderna, que ha sido siempre referente tanto en el producto, en el que innovamos cada año, como en sus procesos.

P.- Catai se ha consolidado en estos 30 años de historia como todo un referente en el negocio de los grandes viajes. ¿Darán continuidad al trabajo desempeñado durante todo este tiempo por Matilde Torres?

R.- Por supuesto, Catai es Catai gracias a Matilde. Supo dejar la empresa en el camino adecuado. Todos los que trabajamos en este grupo tenemos muy claro que hay una manera muy determinada de hacer las cosas, basada en el respeto tanto a proveedores como a clientes. Y siempre con la calidad como objetivo y tratando de ir un paso por delante en cuanto a la creación de producto, dando a cada viajero su viaje soñado.

P.- El turoperador concluyó el año 2011 con un volumen de negocio de 83 millones de euros, lo que supuso un aumento superior al 3% respecto al ejercicio anterior. ¿Cuáles son sus previsiones para el cierre de este año? ¿Seguirá aumentando el volumen de ventas?

R.- Estamos en un año complicado. Aunque el primer semestre fue bueno, ha habido una bajada de reservas en julio y agosto que va a provocar que los resultados del segundo semestre no sean los deseados. El panorama es incierto y cambia día a día según las noticias económicas que reciben los

consumidores españoles, por lo que hacer previsiones de cómo vamos a cerrar el año es difícil.

P.- ¿Cuál es la clave para lograr estos resultados teniendo en cuenta la debilidad del consumo interno?

R.- Catai Tours es una marca sinónimo de garantía de calidad, que da confianza a los viajeros y a las

agencias de viajes, y en estos momentos es algo que se valora mucho. Es una empresa sólida y solvente, con más de 30 años de experiencia y con un personal muy cualificado, en la que además no nos hemos acomodo-

dado nunca ni hemos dejado de presentar nuevas alternativas para todo tipo de clientes.

P.- ¿Seguirá apostando Catai Tours por la internacionalización?

R.- Ahora estamos trabajando en el mercado de América Latina, donde tenemos clientes desde hace muchos años y donde pensamos que la marca Catai tiene un espacio para desarrollarse en países como Argentina, Colombia, México o Ecuador.

P.- ¿Qué resultados ha obtenido el grupo esta temporada de verano?

R.- Estamos todavía analizando la temporada de verano, aunque sí podemos decir que he-

mos notado una bajada de la demanda de viajes en julio y agosto.

P.- ¿Se ha frenado aún más la demanda respecto al verano de 2011?

R.- En 2011, que fue un buen año, vivimos un verano atípico, donde la venta de julio y agosto se repartió



con junio y septiembre. En este ejercicio se ha mantenido esa demanda más baja en estos meses.

P.- ¿Predomina también la última hora en el producto de Catai?

R.- Nuestro producto no es un producto típico de última hora, pero sí que hemos notado un retraso en la decisión de compra. Cada vez más viajes se reservan con la antelación justa que permiten visados y permisos. Hemos aprendido a trabajar también con estos tiempos, algo que es más complicado en los grandes viajes (muchos a medida) que organizamos y gracias al excelente equipo de

profesionales que trabajan en Catai es algo que hemos conseguido.

P.- ¿Descartan completamente vender directamente vía online?

R.- No nos planteamos la venta online al cliente final. Nuestro canal son las agencias de viajes. Por el tipo de viaje que organiza Catai Tours necesitamos la colaboración de un profesional cualificado que identifique las necesidades del cliente y le dé las pautas adecuadas para elegir su viaje. La distribución online no permite un contacto directo con el cliente, con sus gustos, su forma de viajar, lo ve-

mos un formato de venta dirigido a productos menos complejos que nuestros grandes viajes.

P.- ¿Se plantean crear oficinas propias para fortalecer la marca?

R.- En estos momentos no es algo que tengamos previsto. Seguiremos con nuestro canal de distribución habitual, las agencias de viajes, que nos permiten estar presentes en casi cualquier punto de España.

P.- ¿La crisis ha mermado las comisiones que perciben las agencias por distribuir sus productos?

R.- Nosotros no hemos reducido las comisiones a las agencias. Hemos mantenido nuestros acuerdos anuales y hemos tratado por todos los medios de ayudarles en la venta, con promociones cuyo margen ha asumido Catai Tours.

P.- Tanto Globalia como Orizonia están apostando fuerte por sus divisiones de turoperación, mientras que Barceló ha lanzado sus propias marcas. ¿Esto puede afectar de algún modo a Catai Tours?

R.- La aparición de nuevos competidores cambia el panorama de venta, pero por suerte mantenemos una gran relación con todas las grandes redes y todas son clientes de Catai. Además, contamos cada vez con más apoyo de los Grupos comerciales. El mercado se reparte de otra forma, pero seguimos contando con la confianza de muchos agentes de viajes.

P.- La crisis económica ha provocado que se ponga en duda la solvencia de determinadas empresas turísticas. Aunque no es el caso de Catai, ¿podría describir la situación que atraviesa su grupo?

R.- En Catai Tours mantenemos una relación sólida con Corpin Capital, de confianza mutua. Nosotros nos ocupamos de los viajes y ellos y ellos nos ayudan a profesionalizar la gestión económica, que en épocas como ésta es algo que viene muy bien. No tenemos previsto modificar esta estructura, estamos cómodos y nos sentimos respaldados totalmente por nuestro socio financiero.

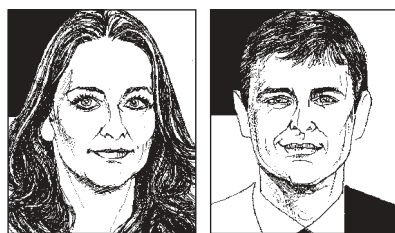
P.- ¿Qué ofrece Catai Tours para esta temporada de otoño?

R.- El otoño es una época muy viajera. Los puentes animan las escapadas cortas por Europa y además es una excelente época para hacer un gran viaje. Muchos destinos están en su mejor época para visitar como Patagonia, Indochina o India. Además, hemos preparado una completa programación para los puentes del Pilar, de Los Santos y de la Constitución, donde contamos con la programación más completa del mercado para visitar los mercadillos navideños europeos. Y por supuesto, uno de nuestros destinos estrella, la Laponia finlandesa, que ofrece probablemente las vacaciones más divertidas que se pueden disfrutar en esta época y que acercamos con vuelos directos exclusivos de Catai desde Madrid y Barcelona durante el Puente de Diciembre, Navidad y Fin de Año.

No nos planteamos la venta directa 'online'

En Catai Tours no nos planteamos la venta online al cliente final. Nuestro canal son las agencias de viajes.

Por el tipo de viaje que organiza Catai Tours necesitamos la colaboración de un profesional cualificado que identifique las necesidades de cada cliente y le dé las pautas adecuadas para elegir su viaje. La distribución online no permite un contacto directo con el cliente, con sus gustos, su forma de viajar, lo vemos un formato de venta dirigido a productos menos complejos que nuestros grandes viajes.



LAURA FERNÁNDEZ Y GERMÁN FERNÁNDEZ

En lo que respecta a la apertura de tiendas para difundir el conocimiento de la marca, en estos momentos no es algo que tengamos previsto. Seguiremos con nuestro canal de distribución habitual, las agencias de viajes, que nos permiten estar presentes en casi cualquier punto de España.

Finalmente, es importante aclarar que no hemos reducido las comisiones a las agencias. Hemos mantenido nuestros acuerdos y hemos tratado por todos los medios ayudarles en la venta, con promociones cuyo margen ha asumido Catai.



EL MAR TE LLAMA
VÍVELO CON ROYAL CARIBBEAN

EL MEJOR MOMENTO PARA DISFRUTAR DEL CARIBE ES AHORA



Descubre el Caribe y cientos de destinos
en el NUEVO CATÁLOGO 2013-2014.

Royal Caribbean está presente en los 5 continentes,
en más de 270 puertos, los 365 días del año.

Vive el Caribe a bordo de la flota más innovadora
del mundo.



Síguenos en



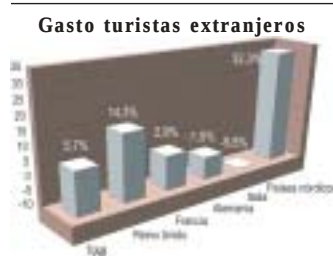
RoyalCaribbean.es



escapate

El gasto turístico en agosto se incrementa casi un 6%

En agosto, el gasto turístico ha alcanzado los 7.704 millones de euros, un 5,7% más que en 2011. Destaca en este mes la fortaleza de mercados como Reino Unido, con una subida del 14,3%. **Pag. 32**



Los españoles viajan un 6% menos este verano

Los residentes en España han realizado 21 millones de viajes en agosto, un 5,6% menos que en 2011. Han predominado las visitas a familiares o amigos, lo que se refleja en el menor número de pernoctaciones. **pag. 12**



Cae un 34% la asignación para viajes del Imsero

El Gobierno ha destinado para esta temporada de viajes del Imsero 68,2 millones de euros, un 9,5% menos que los 75,4 millones anunciados en agosto. Así, se ha reducido un 33,8% frente a la anterior temporada. **Pag. 10**

■ Prontuario

¿Para qué el aval?

UNA DE LAS COSAS que nos distingue de nuestros colegas europeos, es 'el aval', esa garantía para el cliente que creo que todos los reglamentos recogen, una garantía que nos hace únicos y de la que los agentes españoles, están tan orgullosos y que venden al cliente tan malísimamente mal. Tan mal que las asociaciones de consumidores lo ignoran y por ende nuestros futuros clientes. Y si esto es así, ¿para qué el famoso aval?



☞ ANTONIO CABALLOS

No conozco actividad alguna comercial de intermediación o no, que tenga algo similar, pues el cliente y sus 'defensores' lo ignoran, y al parecer tan solo las Administraciones, están encantadas. Esto sí, a la de la Comunidad de Madrid (no sé si estará en el reglamento) lo del año le parece poco y puede añadirle dos o tres meses, mientras el empresario, que ha cerrado su negocio por la misma razón o parecida y en su gran mayoría por causas naturales, se ve obligado a seguir pagando a su avalista casi un año y medio más.

Y si esto es así, que lo es al menos en Madrid, ¿para qué el famoso aval?

Estamos contentos, muy contentos por las nuevas facilidades de apertura de agencias de viajes y otros negocios en general, dadas por Ayuntamiento y Comunidad. Facilidades de entrada y rémoras de salida. ¿En qué quedamos? ¿Para cuándo el dialogo al respecto entre Asociaciones y Administraciones?

Si el aval es garantía para el consumidor y la agencia, demándenle apoyos de las 17 Administraciones turísticas para que lo hagan saber al consumidor final por parte del Ministerio o de quien sea. Y si no lo es, libérenos de esta antiqualla del pasado, poniéndonos a la rueda de Europa.

☞ Antonio Caballos es presidente de honor de AEDAVE-Madrid.

El presupuesto destinado al Turismo sufre un recorte del 50% en dos años, pasando de 622 a 310 millones

El techo se alcanzó en los penúltimos presupuestos del Gobierno socialista, cuando se superaron los 776 millones

El Turismo ha vuelto a ser uno de los sectores más castigados en los Presupuestos Generales del Estado. Al fuerte recorte del 29,6% aplicado

en 2012 le seguirá otro del 29,1% en 2013, lo que supone rebajar a la mitad su dotación en comparación con los últimos presupuestos del Go-

bierno socialista, pasando de 622 millones a 330 millones. La dotación más elevada se alcanzó en 2010, cuando se superaron los 776 millones.

Pese a hacer referencia en su discurso de investidura al papel "prioritario" del Turismo, además de recuperar la Secretaría de Estado de Turismo, eliminada en julio de 2010 por el Ejecutivo socialista, el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, ha aplicado un duro recorte presupuestario al Turismo en sus dos primeros años de legislatura. Tal y como publicó NEXOTUR, el Turismo, cuyo peso en el Producto Interior Bruto (PIB) de España supera el 10%, contará en 2013 con 310,7 millones de euros, un 29,1% menos que en el anterior ejercicio, frente a la reducción media del 8,9% que sufrirán los diferentes Ministerios.

Este fuerte recorte se suma al que ya se aplicó en los primeros presupuestos del nuevo Ejecutivo, cuando la dotación se situó en 438,2 millones de euros (un 29,5% menos). De este modo, la partida destinada al Turismo en el proyecto de los Presupuestos Generales del Estado de 2013 es la mitad que en 2011, la última del Gobierno socialista, pasando de 622,4 millones a 310,7 millones, lo que implica un descenso del 50% en dos años.

Esta disminución de presupuesto ha provocado que el Empresariado turístico llegue a poner en entredicho la viabilidad del Plan Nacional e Integral de Turismo, la gran apuesta del departamento de José Manuel Soria para esta legislatura y una de las promesas incluidas en el programa electoral del Partido Popular. Así lo afirman los máximos responsables de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y CEAV, que avisan de lo complicado de cumplir con las 28 medidas y 104 acciones que incluye el documento.

Cota máxima en 2010

No obstante, la dotación destinada al Turismo ya comenzó a reducirse en el último año del Gobierno

socialista. En los presupuestos de 2011, la partida decreció un 19,8%, pasando de 776 millones a 622,4 millones. Este fue el único recorte aplicado al Turismo en la segunda legislatura de José Luis Rodríguez Zapatero. En los tres ejercicios anteriores, a pesar de que la coyuntura adversa ya comenzó a dejar su huella en la economía del país, el Ejecutivo incrementó año tras año la partida destinada al Turismo.

De los 369,3 millones de euros de 2008 se pasó a 769 millones de euros en 2009, lo que supuso un aumento interanual del 109,2%. El entonces ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, confirmó que se trataba de "los mejores presupuestos de Turismo de la historia", mientras el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, los definió como "realistas", ya que a su juicio respon-



El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, junto a la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego.

dían a las necesidades del Sector Turístico. Sin embargo, la dotación de Turismo alcanzó su cota máxi-

ma en 2010, situándose en 776,5 millones de euros, un 1% más que la del ejercicio anterior.

La dotación de TurEspaña disminuye más de un 60% en los últimos cuatro años

El organismo encargado de la promoción dispondrá de 83 millones en 2013

Además de los presupuestos del Turismo, en lo que respecta al Instituto de Turismo de España (TurEspaña), el recorte en los Presupuestos Generales del Estado ha ido incluso más allá, experimentando un descenso del 61,5% en los últimos cuatro años. El organismo que dirige Manuel Butler y que depende del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, contará en 2013 con una dotación de 83 millones de euros, según recoge el proyecto de los presupuestos aprobado en el Consejo de Ministros, lo que implica una reducción del 15,2% respecto al ejercicio anterior, año en el que ha contado con 97,9 millones de

euros (un 36,1% menos en comparación con los de 2011).

La dotación de esta entidad, encargada de la planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción de España como destino turístico en los mercados internacionales, fue de 151,7 millones de euros en el último año de la legislatura del Gobierno socialista, cuando estaba dirigida por Antonio Bernabé. En dicho año, la partida experimentó un descenso del 23,3% respecto a 2010, año en el que también se redujo un 8,2%, hasta 197,9 millones de euros. El presupuesto más elevado del que ha dispuesto TurEs-paña ha sido el de 2009, cuando alcanzó los 215,6



Manuel Butler dirige TurEspaña.

millones de euros, un 38% más que en el primer año de la segunda legislatura del Gobierno socialista, cuando se situó en 156,1 millones.

EasyJet prevé un beneficio de casi 400 millones euros para su ejercicio fiscal

EasyJet espera cerrar su ejercicio fiscal, que concluyó el pasado 30 de septiembre, con una ganancia bruta de entre 387 y 399 millones de euros, gracias al buen funcionamiento de las reservas durante la temporada de verano. La low cost revisa así al alza sus previsiones realizadas a finales de julio, cuando pronosticó un beneficio de entre 349 y 374 millones.

La compañía aérea destaca que su "rendimiento comercial y operacional continúa siendo robusto en toda la red". Así, detalla que tras la celebración de los Juegos Olímpicos, la demanda desde Londres "creció más allá de las expectativas, funcionando especialmente bien los destinos de playa". Esto se traducirá en un aumento de los ingresos por asiento de entre el 5% y el 5,5% en el segundo semestre.

Para el siguiente ejercicio, Easyjet valora positivamente el buen funcionamiento de las reservas anticipadas, recalando que para el primer trimestre ya se ha vendido "un tercio de los asientos". En cuanto a los costes por combustible, prevé que en 2012 aumenten entre 37 y 50 millones de euros. Además el tipo de cambio de la libra esterlina tendrá un impacto de hasta 75 millones de euros en el próximo año financiero.

La aerolínea también espera el impacto de la subida de las tasas aéreas en sus resultados. En concreto, estima que las subidas en los aeropuertos de España e Italia le supondrán un desembolso extra de más de 99

millones de euros. Sin embargo, "a pesar de estos contratiempos, la focalización de EasyJet hacia el cliente, el robusto rendimiento operacional, la fortaleza de la red, junto con un alto control de costes y capital, hacen que Easyjet esté muy bien situada para seguir teniendo éxito", afirman desde la compañía aérea.

Según explica la directora ejecutiva de Easyjet, Carolyn McCall, "he-

mos tenido un fuerte rendimiento durante el verano, lo que nos ha permitido obtener unos buenos beneficios". "Los resultados tras los Juegos Olímpicos y el clima operacional favorable, así como la estricta asignación de capital y aeronaves, las mejoras en la gestión de ingresos y un estrecho control de coste, han hecho que EasyJet cierre el año con sus mayores beneficios antes de impuestos".



Los costes por combustible aumentarán entre 37 y 50 millones de euros.

Finnair mejorará sus conexiones a destinos del sur del continente asiático

Finnair refuerza su posición en el sur de Asia. Así, incrementará sus conexiones con India y reforzará sus operaciones en destinos del sur de Asia, como las islas Maldivas, gracias a su cooperación con SriLanka Airlines, que entrará a formar parte de la alianza Oneworld a finales de 2012.

SriLanka Airlines aportará a la red de Oneworld tres nuevos destinos en el sur de India: Kochin, Tiruchirapallin y Thiruvanthapuramin. Para el responsable de Finnair de operaciones con la alianza, Paavo Virkkunen, este acuerdo "significará un mayor crecimiento de Finnair en el sur del continente, además de un aumento de la eficacia de Oneworld en un entorno global competitivo". Con la incorporación de SriLankan, la alianza cubrirá cerca de 860 destinos en más de 150 países.

En los últimos tres años, SriLankan Airlines ha duplicado su tamaño y planea una ampliación de flota y red. Actualmente opera con 21 aviones, transportando el año pasado a 3,5 millones de pasajeros entre su base, Colombo, y 34 aeropuertos en 22 países de Asia, Europa y Oriente Medio, entre los que se encuentran destinos de Finnair como Hong Kong, Londres, Moscú, Tokio, Bangkok y Singapur.



~ «Enhorabuena a NEXO por sus 25 años desarrollando información profesional de calidad. Por eso, en nuestras oficinas se recibe cada semana el Periódico NEXOTUR y se lee cada mañana el digital Nexotur.com».

Jesús Nuño de la Rosa | Director General
Viajes EL CORTE INGLÉS

Los puertos españoles reciben un 18% menos de cruceristas en julio, registrando la cuarta caída mensual consecutiva

El tráfico de pasajeros de cruceros sigue disminuyendo. Después de crecer de forma continuada en los últimos seis años, periodo en el que se ha duplicado la cifra de viajeros, desde abril de 2012 se vienen registrando importantes descensos. Según los datos de Puertos del Estado, durante el mes de julio la llegada de cruceristas a los puertos españoles ha caído un 17,6% en comparación con 2011,

pasando de los 786.041 pasajeros de entonces a 647.581. Esta caída se suma a las de los tres meses anteriores, con variaciones negativas del 6% en abril, del 9,8% en mayo y del 1,7% en junio.

En los siete primeros meses del año, el buen comportamiento del sector de los cruceros entre enero y marzo no ha sido suficiente para compensar la pérdida de viajeros entre abril y julio. De este modo, el

número de cruceristas desciende un 6,2%, hasta 3,7 millones.

Más cruceros

Al contrario de lo sucedido con los pasajeros, el número de buques de cruceros que han atracado en los puertos españoles en julio se incrementa un 10,9%, pasando de 284 a 315 barcos. En lo que respecta al periodo acu-

mulado, se contabilizan un 1,8% menos de operaciones, con 1.884 buques, frente a los 1.919 de 2011.

Analizando el comportamiento de los diferentes puertos nacionales en julio, destaca el fuerte descenso del 20,6% del de Barcelona. Pese a ello, se mantiene como el principal puerto de destino de los cruceristas, recibiendo 294.642 viajeros en julio. Le siguen Baleares con 158.423 pasaje-

ros, un 30% menos que hace un año; Valencia con 59.698, un 4,2% más; y Málaga con 46.694, un 1,2% más.

Teniendo en cuenta el número de barcos recibidos, Valencia ocupa la primera posición en el último mes analizado por Puertos del Estado, con un total de 98, frente a los 20 del año anterior. A continuación aparecen Barcelona con 76 (20 menos que hace un año) y Baleares con 72 (22 menos).

Air France-KLM no variará casi su oferta desde España

Air France-KLM ha fijado para la temporada de invierno, que va del 28 de octubre al 23 de marzo, una oferta de vuelos a nivel global similar a la del año anterior. El grupo aéreo franco-holandés incrementará en un 0,5% sus conexiones de largo alcance, disminuyendo un 0,5% sus operaciones de media distancia, "habida cuenta de la incertidumbre del entorno económico", argumentan.

En lo que respecta a Air France, su capacidad se verá reducida un 0,1% en las rutas de largo alcance, aunque reforzará su posición en Asia y en África principalmente, aumentando su oferta un 4,5% y un 3,9%, respectivamente. En la media distancia el recorte será del 0,5%, con un 1,3% menos de conexiones internacionales y un 1% más de rutas domésticas. Por su parte, KLM operará un 0,4% más de vuelos de larga distancia, mientras que en el corto y medio radio disminuirá su capacidad un 1,3%.

En España, el programa de Air France-KLM se mantiene prácticamente intacto, con una oferta muy similar a la del año pasado., solo suprimiendo la ruta Málaga-Toulouse. De este modo, realizará más de 700 vuelos semanales desde y hacia España, operando desde ocho aeropuertos españoles. Asimismo, junto a su socio de *joint venture* Delta Air Lines, el grupo franco-holandés también conectará Madrid y Barcelona con Estados Unidos.

Nuevos servicios

Según explica el presidente y director general del grupo aéreo, Alexandre de Juniac, "Air France está en movimiento y la evolución de nuestra oferta muestra los primeros avances del plan de transformación de la compañía aérea". "Hemos racionalizado nuestro programa para adaptarlo lo mejor posible a la coyuntura actual, reposicionando al mismo tiempo nuestra oferta para ofrecer un óptimo servicio a nuestros clientes", prosigue. Finalmente, destaca que a partir de esta temporada "los pasajeros de los vuelos de medio alcance podrán disfrutar de nuevos servicios, con un nuevo concepto de restauración a bordo y más flexibilidad para sus viajes".



~ «La Touroperación en España ha crecido y madurado con NEXOTUR, un periódico fiable e independiente, que ya en su momento fue pionero con sus ediciones semanales al Sector y en los últimos años ha reforzado con su información diaria a través de su Digital».

Luis Mata | Director General | TRAVELPLÁN

ALA interpone un recurso contra la propuesta del Gobierno de incremento de las tasas aeroportuarias para 2013

La Asociación de Líneas Aéreas (ALA) ha interpuesto un recurso contencioso-administrativo contra la propuesta de aumento de las tasas para 2013 incluida en el proyecto de los Presupuestos Generales del Estado (PGE), cuya aprobación supondría un incremento aproximado del 8%. Según denuncia, el proceso de consulta se ha desarrollado "con un cúmulo de irregularidades y anomalías".

Asegura que "no se han respetado conceptos clave como los de transparencia, equivalencia, negociación y arbitraje" a los que se refiere la normativa europea. Asimismo, "tampoco se han cumplido los plazos a los que se refiere la Ley de Seguridad Aérea ni el criterio de incremento máximo permitido sobre el ejercicio anterior". La asociación también critica que no ha habido "voluntad para integrar los es-

fuerzos, quizás por urgencias que no se corresponden tanto a la coyuntura del transporte aéreo, como a las estrategias de futuro que se plantean para el gestor aeroportuario".

ALA se ha reunido con AENA, Aviación Civil y la Comisión Europea para trasladarles que "el incremento desproporcionado de las tasas aeroportuarias tiene un efecto demoledor sobre la economía de las

compañías aéreas y como consecuencia sobre su actividad en los aeropuertos españoles, con los efectos colaterales que ello tiene para la economía general y para el Turismo en particular".

"Hemos planteado nuestras alternativas sobre la introducción de eficiencias en los procesos productivos, sobre la revisión de los plazos de amortización de las infraestructuras y

sobre la mejora de ingresos por el cobro de operaciones actualmente excluidas, sin que hasta la fecha se hayan tomado en cuenta", lamentan. Con su recurso, ALA busca encontrar "el punto de equilibrio en el que se conciten los intereses de todos los participantes en la cadena de valor del transporte aéreo, que sigue rompiéndose por su eslabón más débil, y que lo hace por tensiones que le son ajenas".

Renfe reducirá gastos en 288 millones de euros este año

Renfe prevé cerrar 2013 con un incremento de los ingresos del 6,8% y una reducción del gasto del 5%, obteniendo un resultado negativo de 172 millones de euros. Así lo ha detallado el presidente de la compañía ferroviaria, Julio Gómez-Pomar, en su presentación en el Congreso de los Diputados de los presupuestos para 2013, ejercicio en el que la compañía ferroviaria absorberá parte de la actividad de FEVE, se reorganizará en cuatro sociedades y acometerá un plan de ahorro del gasto para reducir su endeudamiento. Será el primer año del proceso de liberalización del transporte ferroviario de viajeros.

Gómez-Pomar ha remarcado que 2013 será "un año complicado", en el que "el sistema ferroviario debe volver a demostrar que es capaz de gestionar el cambio que se le exige". "Estamos trabajando para que Renfe mantenga su condición de operador público de referencia e incluso llegue a convertirse en un operador relevante a nivel internacional", añade.

En 2013, su cifra de negocio alcanzará los 2.168 millones de euros. Renfe prevé un aumento de la demanda y de los ingresos en el transporte de viajeros, principalmente por la puesta en servicio de la alta velocidad entre Albacete y Alicante y entre Barcelona y la frontera francesa, y por la mejora de la gestión activa de dicha demanda como resultado de la aplicación de flexibilización de precios.

Renfe continuará trabajando en su plan de contención del gasto, que ascenderá a 2.598 millones de euros, y mejora de la eficiencia, por lo que el único incremento de gasto admitido será el asociado a los cánones ferroviarios. Al finalizar 2013, el gasto de Renfe se habrá reducido un 15% respecto a 2011, año en el que se situó en 3.088 millones de euros.

Gómez-Pomar ha destacado que 2012 va a ser el primer año en el que se produzca una disminución de la cifra de endeudamiento Renfe Operadora (en 221 millones de euros) desde su creación en 2005, con una reducción del gasto de 288 millones frente a 2011. Además, reafirma su compromiso de seguir trabajando en esa línea en 2013, pese a que la integración de FEVE supone asumir una deuda de 130 millones de euros.



~ «NEXOTUR cumple 25 años como líder de la información profesional para el Agente de Viajes, desde el más firme compromiso con el Asociacionismo de nuestro Sector».

Rafael Gallego | Presidente | CEAV

Barcelona es el primer puerto de salida de España

El 90% de los pasajeros de cruceros se decantan por el Mediterráneo occidental, islas griegas y norte de Europa, seguidos por los itinerarios por el Atlántico y el Caribe, según Rumbo. Hasta agosto, Barcelona se desmarca como el principal puerto de salida desde España, aglutinando tres de cada cuatro embarques. Por detrás están Valencia, Bilbao, Palma de Mallorca y Málaga.

VisitBritain atrae turistas con la película James Bond

VisitBritain ha lanzado una campaña de Turismo cinematográfico en torno al estreno internacional este otoño de la nueva película de James Bond, 'Skyfall'. Tras el estreno de Robin Hood el número de personas que visitaron Nottingham aumentó un 5,5%, y en el caso del castillo de Alnwick, el lugar donde se situaba el Colegio Hogwarts en Harry Potter, un 230% más.

Andalucía elabora el IV Pacto por el Turismo

La Junta de Andalucía ha comenzado a trabajar junto a representantes empresariales y sindicales en el IV Pacto por el Turismo. Con esta iniciativa se pretende poner de relieve la importancia de este Sector como elemento estructural de su economía e impulsar la competitividad del destino. Los participantes han apuntado que el acuerdo "está abierto" a la partición de todo el Sector.

Cuenca en la ejecutiva del Spain Convention Bureau

La ciudad de Cuenca ha ingresado en la nueva ejecutiva del Spain Convention Bureau (SCB). La concejala de Turismo del Ayuntamiento de la capital, Nieves Mohorte, representará a la ciudad en esta nueva Ejecutiva que resultó elegida en la última Asamblea del SCB, celebrada en Zamora. Mohorte ha destacado la importancia de que un destino como Cuenca esté presente en este órgano.

Las ventas de viajes del Imsero comenzarán el 3 de noviembre en Andalucía, Extremadura y País Vasco

De mantenerse la demanda del pasado año no habría plazas suficientes para todas las personas acreditadas

Las agencias de viajes de Andalucía, Extremadura y País Vasco serán las primeras en comercializar los viajes del Programa de Vacaciones para mayores del Imsero. El inicio de las ventas se

hará un año más de forma escalonada, siendo Asturias, Castilla y León, La Rioja y Madrid las últimas Comunidades autónomas que comenzarán a distribuir estos viajes. Todos aquellos resi-

dentos en España que no hayan participado en el Programa de Vacaciones para Mayores del año anterior disponen hasta el próximo 16 de octubre para enviar su solicitud de acreditación.

Las ventas de los viajes del Imsero arrancarán el próximo 3 de noviembre, mes y medio más tarde que en la pasada campaña, cuando lo hicieron a mediados de septiembre. Según ha podido saber NEXOTUR, las agencias de viajes de Andalucía, Extremadura y País Vasco serán las primeras en distribuir los viajes del Programa de Vacaciones para Mayores, cuyas ventas se iniciarán un año más de forma escalonada.

Dos días después (el martes 6 de noviembre) será el turno de los puntos de venta establecidos en Aragón, Castilla-La Mancha, Cantabria, Ceuta, Galicia, Baleares, Canarias, Melilla, Murcia y Navarra. El 8 de noviembre se sumarán las agencias de la Comunidad Valenciana y Cataluña, mientras que el 10 de noviembre iniciarán la venta las de Asturias, Castilla y León, La Rioja y Madrid.

Fuerte recorte presupuestario

Entre las principales novedades para esta temporada, destaca el fuerte recorte de la partida presupuestaria. El Gobierno ha destinado para la

temporada 2012-2013 68,2 millones de euros, un 9,5% menos que los 75,4 millones de euros anunciados el pasado mes de agosto. De esta manera, el presupuesto del programa se ha reducido un 33,8% respecto a la anterior temporada, en la que se contó con 103 millones de euros.

Esto se verá traducido en un descenso del número de plazas disponibles, pasando de las más de un millón de la campaña 2011-2013 a menos de 900.000. Tal y como confirman a NEXOTUR fuentes de Mundosenior, en la temporada anterior se vendieron algo más de un millón de plazas. Por ello, de mantenerse los niveles de demanda no habría suficiente oferta para satisfacer a todos los ciudadanos acreditados. En lo que respecta a las características específicas de los viajes, Mundosenior confirma que "se mantienen los precios". Según la previsión de viajes del Imsero, éstos estarán entre los 143 y 388 euros.

Los destinos entre los que podrán elegir los ciudadanos acreditados son Andalucía, Cataluña, Murcia, Comunidad Valenciana, Baleares, Canarias Portugal, circui-

tos culturales y Turismo de naturaleza. Asimismo, se comercializarán estancias de siete, nueve o 14 noches, dependiendo de los destinos seleccionados, quedando fuera un año más los viajes de 28 noches, que en la temporada pasada se suprimieron debido a su escaso éxito. Los desplazamientos podrán realizarse en temporada baja (del 1 al 17 de diciembre de 2012 y del al 31 de enero de 2013) o en temporada alta (los que se inicien en fechas distintas a las anteriores).

Abierto el plazo

Todos aquellos residentes en España que no hayan participado en el Programa de Vacaciones para Mayores del año anterior disponen hasta el próximo 16 de octubre para enviar su solicitud de acreditación. Por su parte, las personas que ya participaron en la pasada campaña no deberán inscribirse, al estar ya en la base de datos. Pese a concluir entonces, el plazo se mantendrá abierto con posterioridad a esta fecha, concretamente hasta el 1 de diciembre de 2012, si bien todas



El presupuesto se ha reducido hasta 68,2 millones de euros.

estas solicitudes serán solo para cubrir posibles vacantes.

Podrán acceder al programa los residentes en España que cumplan con cualquiera de estos requisitos: tener 65 años cumplidos; pensionistas de jubilación del Sistema Público de Pensiones; pensionistas de viudedad cuya edad sea igual o superior a 55 años; y otros pensionistas y prejubilados, en ambos casos con 60 años cumplidos. A diferencia de otras

campañas, el organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad reconoce que esta temporada "no es posible realizar la distribución de impresos", por lo que los nuevos aspirantes deberán realizar la inscripción online en www.imsero.es o bien descargar el formulario en su página web y entregarlo antes de la fecha indicada en las direcciones físicas establecidas por el Imsero.

Se automatiza la acreditación de residencia

El grupo de trabajo compuesto por agencias de viajes, compañías aéreas y GDS se han reunido con Aviación Civil para desarrollar una aplicación automática para acreditar la residencia en GDS. Se pretenden evitar que los pasajeros tengan que entregar el certificado de residencia físico para beneficiarse de los descuentos.

El sistema verificaría de forma automática la condición de residente del pasajero, por lo que en el aeropuerto no se le requeriría documentación alguna para realizar el embarque. Al finalizar la compra se informará al pasajero si se ha podido verificar o no.

airberlin mantiene su apuesta por el mercado español a pesar de 'obstáculos como sus desproporcionadas tasas aéreas'

Middelmann reclama 'más iniciativas de las instituciones españolas para fomentar los destinos invernales'

airberlin continuará apostando por el mercado español en los próximos años. Para la temporada de invierno, el foco estratégico de la compañía aérea se centrará en el hub de Palma de Mallorca, el más importante de airberlin fuera de Alemania. En los ocho primeros meses del año ha transportado cerca de cinco millones de viajeros junto a Niki, también perteneciente al grupo aéreo, alcanzando una cuota de mercado del 29,9%.

En la temporada de invierno airberlin despegará desde 13 aeropuertos españoles a 20 destinos de Alemania, Austria y Suiza, con lo que pone de manifiesto su sólida presen-

cia en el mercado. Pese a mantener intacto su compromiso con España, la aerolínea ha reducido ligeramente su capacidad por diversos factores.

Estacionalidad en España

Por un lado, "el sector aéreo se está enfrentando a unos grandes desafíos, como los costes adicionales a causa de las elevadas tasas de los aeropuertos españoles", así como la "fortaleza del dólar y el aumento de los precios del combustible", señalan. A este respecto, el director general de airberlin para España y Portugal, Álvaro Middelmann, afirma que

continuarán dando la misma importancia a este país "incluso aunque nos encontremos con numerosos obstáculos, como por ejemplo las tasas desproporcionadamente altas de los aeropuertos españoles y la disminución del tráfico aéreo alemán".

A este incremento de las tasas aéreas se añade "la problemática de la estacionalidad". En este sentido, Middelmann reclama a las instituciones turísticas "más iniciativas responsables para fomentar Mallorca y también otros lugares de España como destinos invernales y conseguir así una mayor demanda durante todo el año".



El director general de airberlin para España y Portugal, Álvaro Middelmann.

Nuevo sello para seguros contra quiebras aéreas

La consultora independiente en riesgos y seguros Ajax Suscripción de Riesgos ha desarrollado el sello de garantía SQA. Con este certificado, con el que se han acreditado ya ERV Europea Seguros de Viaje, Europ Assistance y AXA Assistance, se busca reforzar la protección de los viajeros ante quiebras aéreas, cada vez más habituales en el continente europeo.

La marca España está en 23.000 millones de euros

El valor de la marca turística España fue de 23.000 millones de euros en 2010, según afirma el director general de TurEspana, Manuel Butler. En su intervención en el seminario 'Gestión de la Marca País: Visión y globalización', también ha hecho hincapié en que el turista elige "en un 30% de los casos su destino por la buena imagen que tenga la marca del país".

ECC pide cooperación entre puertos y cruceros

El Consejo Europeo de Cruceros (ECC) demanda una mayor cooperación entre los cruceros y los puertos. El organismo pretende garantizar que las instalaciones de protección del medio ambiente en tierra "se ajusten a los estándares que hay en el tratamiento de residuos a bordo de los barcos, que cuenten con depuradoras de gases de escape y sistemas de tratamiento de aguas residuales.

Se abrirán para eventos espacios singulares de Sevilla

La Junta de Andalucía se ha comprometido a abrir los espacios singulares que dispone en Sevilla para la celebración de eventos. Así lo han acordado en una reunión de la Asociación Sevillana de Empresas Turísticas (ASET) con el delegado provincial de Cultura de la Junta en Sevilla, Francisco Díaz Morillo, en la que han valorado los espacios con los que cuenta la provincia.

Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, Premio 'Editores del Año' a la Trayectoria Profesional en la Gala de AEEPP

El Pabellón de los Jardines de Cecilio Rodríguez, del madrileño Parque del Retiro, ha acogido el evento

El pasado 4 de octubre, el Pabellón de los Jardines de Cecilio Rodríguez, del madrileño Parque del Retiro, sirvió de marco para la Gala

Anual de los Editores de Publicaciones Periódicas. El vicepresidente de AIPEP, Eugenio de Quesada, y al vocal de nuestra Asociación, Car-

los Ortiz, propietarios del Grupo NEXO, el premio a los Editores del Año 2012 a la Trayectoria Profesional, con motivo de su 25º aniversario.

La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, y el presidente de la Asociación Española de Editoras de Publicaciones Periódicas (AEEPP), Arsenio Escolar (director del diario "20 Minutos"), entregaron al vicepresidente de AIPEP, Eugenio de Quesada, y al vocal de nuestra Asociación, Carlos Ortiz Rodrigo, propietarios del Grupo NEXO, el Premio a los Editores del Año 2012 a la Trayectoria Profesional, con motivo de su 25º aniversario, ante dos centenares de empresarios y directivos del sector editorial, en el marco de la Gala Anual de los Editores de Publicaciones Periódicas, celebrada el pasado 4 de octubre en el Pabellón de los Jardines de Cecilio Rodríguez, del madrileño Parque del Retiro.

AEEPP está formada por los propietarios de un centenar de grupos y empresas editoriales (74 editoras de revistas y 37 de periódicos), res-

pensables directos de la publicación de 659 cabeceras (325 revistas, 152 periódicos y 182 digitales en la Red), de los que publican casi 500 millones de ejemplares cada año (40 millones mensuales), con una audiencia estimada de 125 millones de lectores/mes en sus periódicos y revistas, y cerca de dos millones de visitantes únicos diarios en sus publicaciones digitales, en los que trabajan 2.400 periodistas y profesionales.

Elogio de la austeridad

"La crisis está sacando lo mejor de nosotros mismos, obligándonos a redimensionar nuestras empresas editoriales y enseñándonos a elaborar nuestras publicaciones con menos recursos", apuntó el presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, durante su intervención.

"Antes de la crisis, estaba bien visto gastar mucho, consumir cuantos más recursos mejor e, incluso, no reducir el precio de los servicios y productos que consumíamos", remachó De Quesada, "pero hoy lo 'cool' es ser austeros, asegurando la sostenibilidad de nuestra actividad y, en suma, lograr el objetivo de hacer más con menos".

Tras hacer una encendida defensa de "valores como la austeridad y el esfuerzo", y destacar "el sufrimiento de los editores, como el resto de empresarios, a causa de esta doble crisis, coyuntural y estructural, que afecta a la Prensa", el director del periódico semanal NEXOTUR y del diario digital decano del Turismo Nexotur.com, se refirió esperanzado al futuro inmediato, con una frase coloquial que mereció un cerrado aplauso del auditorio: "con que claree un poco"



Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, con Arsenio Escolar.

(en relación a que remita la debacle del mercado publicitario), "nos salimos del cuadro" (gracias al notable ajuste de costes llevado a cabo por las empresas editoriales).

DRV carga contra el comercio de emisiones

La Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV) advierte a la Comisión Europea del impacto negativo que tiene en la competencia del régimen de comercio de emisiones. Asimismo, denuncia "el estancamiento en las negociaciones para el tan necesario" acuerdo de 'cielo único europeo'.

Recuerda que mientras que los beneficios en el sector aéreo superarán los 3.180 millones de euros en 2012, las previsiones de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) apuntan a unas "pérdidas sustanciales de las compañías aéreas europeas". Por ello, subraya que el 'cielo único europeo' ayudaría a "mejorar la eficiencia de los vuelos", y así rebajar los costes en combustible, que a día de hoy representan gran parte de los gastos de las aerolíneas. Para su presidente, Jürgen Buchy, "para seguir siendo competitivo, el sector aéreo ya no puede seguir asumiendo gastos extraordinarios".

El Gobierno busca modernizar las infraestructuras del litoral e indulta a los chiringuitos con la reforma de la Ley de Costas

'Las excesivas limitaciones a las obras restan competitividad al Turismo', afirma el ministro Arias Cañete

La nueva Ley de Protección y Uso Sostenible del Litoral, con la que se reforma la Ley de Costas de 1988, indultará a los chiringuitos. Así lo confirma la vicepresidenta del Go-

bierno, que destaca que "suponen una peculiaridad de la oferta turística del país y solo en Andalucía generan más de 40.000 empleos". Asimismo, la nueva normativa permitirá

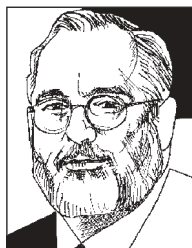
la renovación de las infraestructuras del litoral español, siempre y cuando las obras no impliquen un aumento de volumen, altura o superficie de sus instalaciones.

El Gobierno ha dado luz verde al proyecto de la Ley de Protección y Uso Sostenible del Litoral, con el que se modifica la Ley de Costas de 1988. El Ejecutivo afirma que la nueva normativa "protegerá el litoral frente a los excesos urbanísticos, generará mayor actividad económica y proporcionará seguridad jurídica a los ciudadanos y empresas".

La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, señala que los cambios introducidos "concilian la protección del



Soraya Sáenz y Miguel Arias



seguridad jurídica de los propietarios de viviendas en la costa", así como de quienes llevan a cabo actividades económicas "como es el caso de los chiringuitos". En este sentido, cabe resaltar que la nueva ley indultará a los chiringuitos costeros, cuyo futuro se había puesto en entredicho en la anterior legisla-

medioambiente con actividades económicas sostenibles, nos liberan de atrocidades urbanísticas y nos dotará de herramientas para garantizar y mejorar la se-

guridad jurídica de los propietarios de viviendas en la costa", así como de quienes llevan a cabo actividades económicas "como es el caso de los chiringuitos". En este sentido, cabe resaltar que la nueva ley indultará a los chiringuitos costeros, cuyo futuro se había puesto en entredicho en la anterior legisla-

Regulación 'más transparente'

Entre las medidas de protección del litoral, el ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, resalta que la ley refuerza la prohibición de nuevas edificaciones. No obstante, permitirá la modernización de las infraestructuras existentes, entre ellas las hoteles, siempre y cuando no supongan un aumento de volumen, altura o superficie. A este respecto, el departa-

mento que dirige Cañete resalta que con esta medida pretende evitarse "la degradación y mala imagen de edificios e instalaciones en la costa" debido, a su juicio, "a las excesivas limitaciones a las obras, lo que resta competitividad al Turismo español". El ministro precisa que en ningún caso habrá "una amnistía para edificaciones ilegales", sino que se establece "un marco regulatorio más claro y transparente".

También explica que la ley introduce la 'cláusula anti Algarrobo', que regula la posibilidad que ahora tiene el Gobierno de suspender actuaciones urbanísticas ilegales en la costa para evitar situaciones irreversibles, dando siempre la última palabra a los tribunales. Además, se di-

ferencian las playas urbanas de las playas naturales, incrementando la protección sobre estas últimas.

Respecto a las medidas para generar seguridad jurídica, el ministro señala que se clarifica el alcance del Dominio Público Marítimo Terrestre y se garantiza al ciudadano el acceso a la información actualizada sobre sus propiedades y otros derechos. Para ello, los bienes del dominio público marítimo-terrestre se deben inscribir en el Registro de la Propiedad. Finalmente, entre las medidas que tienen como objeto facilitar la viabilidad y sostenibilidad de las actividades económicas, destaca la ampliación de los plazos máximos de las concesiones hasta 75 años.

La Mesa alabó la futura Ley de Unidad de Mercado

La Mesa de Turismo se ha congratulado por la decisión del Gobierno de impulsar la Ley de Unidad de Mercado, que a su juicio "será muy beneficiosa para el tejido turístico del país". "Un país y, en concreto, un sector tan primordial para la economía nacional como el Turismo, no puede estar al paio de tener 17 legislaciones diferentes de mercado, como ha ocurrido hasta ahora", argumenta.

Campaña de Europa en Asia y América

European Travel Commission (ETC) lanzará junto a la Comisión Europea el Plan de Marketing Europeo para Asia y América, campaña que contará con una dotación de 1,3 millones de euros. El desarrollo del plan tendrá lugar en los próximos 18 meses y su principal objetivo es mantener a Europa como líder del Turismo mundial. Es la primera actuación conjunta de importancia entre ETC y la Comisión.

Las agencias mexicanas facturan 1.130 millones

Las agencias de viajes de México han alcanzado un volumen de negocio de 1.129 millones de euros en 2011, según la Confederación Nacional Turística (CNT). En la actualidad, hay 5.838 puntos de venta, de los que el 87% son minoristas, y dan empleo a 40.215 personas. De estos empleados, 24.817 corresponden a agencias de viajes minoristas, 9.277 a turoperadores.

El Palacio de Congresos El Greco inicia su actividad

El Palacio de Congresos El Greco de Toledo ha iniciado su actividad con la celebración de una reunión de la multinacional farmacéutica Bayer, en la que participarán 240 personas. La Junta de Gobierno Local, dio luz verde a principios de octubre a los expedientes administrativos que posibilitan el inicio de las actividades en esta nueva infraestructura.

El Gobierno destina 270 millones a subvencionar el billete aéreo

El Gobierno mantendrá en 2013 el descuento para los residentes no peninsulares tanto en el transporte aéreo como marítimo, aunque reduce su partida. Según ha anunciado el secretario de Estado de Infraestructuras, Transporte y Vivienda, Rafael Catalá, el próximo año se destinarán 318,4 millones de euros, frente a los 330 millones de euros de 2012.



Se mantienen descuento residentes.

En el caso del transporte aéreo el presupuesto para garantizar las bonificaciones del 50% asciende a 270 millones. En este sentido, Catalá afirma que "aplicaremos medidas para que se garantice el mejor uso posible de estas ayudas". Cabe recordar que desde el 1 de septiembre es obligatorio presentar el certificado de residencia expedido por el Ayuntamiento de origen para beneficiarse de estos descuentos.

Transporte marítimo

En lo que respecta al transporte marítimo, la partida será de 48,4

millones de euros. En este caso, se mantiene la bonificación del 25% para los trayectos desde Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla a la Península.

Por otro lado, en su intervención en la Comisión de Fomento, el secretario de Estado ha pronosticado que Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) alcanzará un resultado de explotación positivo en 2013. Asimismo, revela que el plan de ajuste llevado a cabo en el gestor aeroportuario se reflejará en una reducción del 4% de su deuda al cierre de 2012.

Hertz: 'Sabemos que las agencias generan un valor añadido que otros canales no tienen'

La compañía de alquiler de vehículos apuesta por los incentivos y las asociaciones con agencias

Pese a reconocer que "la tendencia del mercado es hacer las reservas por Internet", Hertz España sigue confiando en las agencias de viajes. En declaraciones

a NEXOTUR, su director general detalla que para incrementar sus ventas a través de este canal "trabajamos en dos líneas: los incentivos y los *partnerships*".

"En Hertz valoramos mucho los acuerdos que tenemos con las agencias de viajes, por eso siempre buscamos mejorar nuestra colaboración con ellas con el fin de aumentar el número de reservas que se cierran a través de este canal". Así lo afirma el director general de la compañía de alquiler de vehículos en España, Juan Carlos Azcona, quien destaca que las agencias "generan un valor añadido que otros canales de venta no tienen, y por eso queremos mejorar las cifras".



Juan Carlos Azcona

En este sentido, explica que a día de hoy trabajan en dos líneas: "los incentivos y los *partnerships*". "Con los primeros recompensamos a las agencias más activas, mien-

tras que con las asociaciones con empresas del Sector hacemos que realizar reservas con Hertz sea más fácil para el agente de viajes", señala.

Profundizando en las relaciones comerciales con las agencias, el directivo considera que "el alquiler es un buen complemento en los viajes, tanto de ocio como de negocios, por lo que es un producto rentable para estos intermediarios". Además, asegura que "las comisiones que perciben no han bajado".

A pesar de esta apuesta por el canal tradicional, la compañía de renta también está volcada en potenciar su negocio online. "La tendencia del mercado es hacer las reservas por In-

ternet, ya que cada vez hay más confianza en los sistemas de la Red y es un medio sin horario", indica Azcona. "Esa es la razón por la que buscamos crear *partners* que se materializan a través de Internet", prosigue.

Finalmente, preguntado por la situación que atraviesa la empresa, aunque reconoce que la crisis "ha impactado en nuestro sector", Azcona subraya que Hertz "sigue haciendo récords mundiales". Así, hace hincapié en que "nuestra principal arma ante la crisis ha sido ofrecer un valor superlativo, excelente elección y excepcional servicio al cliente". "También buscamos formas innovadoras de expansión más allá de nuestros servicios, como ha sido ofrecer alquiler de deportivos de lujo y bicicletas eléctricas", concluye.

Los españoles realizan 21 millones de viajes en agosto, cerca de un 6% menos que en el ejercicio anterior

Tanto los viajes a destinos nacionales como los desplazamientos al extranjero experimentan descensos

En el mes estival por excelencia, los residentes en España han realizado 21 millones de viajes, un 5,6% menos que en el año anterior. Han predominado en este mes las visitas a familiares o

amigos, lo que se refleja en el menor número de pernoctaciones hoteleras, acaparando el resto de alojamientos el 80% de los viajes. Por destinos, tanto los viajes internos como los realizados

al extranjero registran caídas similares de similar cuantía. Como era de esperar, en agosto predominan las vacaciones de verano, aunque decrecen en comparación con agosto del año anterior.

Los españoles han realizado 21 millones de viajes en agosto, frente a los 17,6 millones de julio. Pese a ello, los movimientos turísticos experimentan un descenso del 5,6% respecto al mismo mes de 2011, según la encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur), que elabora el Instituto de Estudios Turísticos (IET).

Por destinos, tanto los viajes internos como los realizados al extranjero registran caídas similares de similar cuantía. En relación al motivo, el ocio y las visitas a familiares o amigos siguen siendo los principales, aunque el primero muestra una evolución negativa. Como era de esperar, en agosto predominan las vacaciones de verano, aunque decrecen en comparación con agosto del año anterior.

En lo que respecta al tipo de alojamiento, el más demandado continúa

siendo el extra hotelero, que acapara en torno al 80% de los viajeros nacionales. Dentro de éste la vivienda de familiares o amigos está a la cabeza, con el 40% del total. Destaca el fuerte descenso de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros.

Un 3% menos en mayo

En mayo, mes analizado en profundidad, los españoles han realizado 13,5 millones de viajes, un 3,4% menos que en 2011. De éstos, el 6,8% (menos de un millón) han sido a destinos extranjeros, lo que supone un descenso del 11,6%. Los viajes internos caen un 2,7%, hasta los 12,5 millones.

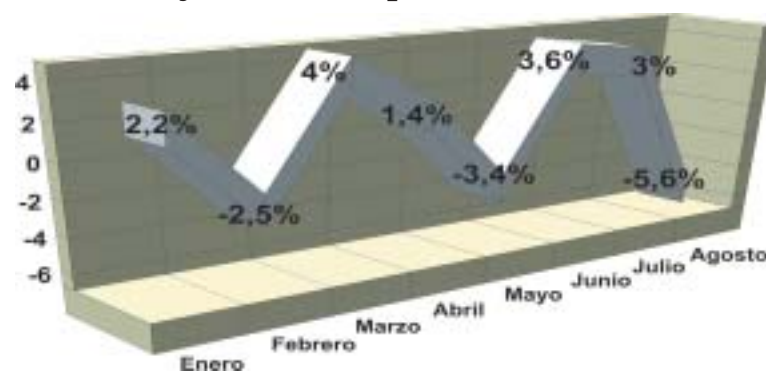
Andalucía encabeza el *ranking* de destinos nacionales con 2,2 millones de viajeros, un 3,8% menos que en mayo de 2011. Le siguen Ca-

taluña con 2,1 millones, un 1,1% más; Comunidad Valenciana con 1,5 millones, un 2,4% más.

Según las Comunidades de origen, Cataluña, Madrid y Andalucía ocupan las tres primeras posiciones, todas ellas con más de dos millones de turistas emitidos. Tanto Cataluña como Andalucía caen un 1,6% y del 5,3%, respectivamente, mientras que Madrid crece un 2,5%.

Analizando el tipo de viaje, seis de cada diez se han realizado en fin de semana, un 7,8% menos. Destacan también los desplazamientos en puentes pues, a pesar de su menor importancia relativa (6,5% del total), registran un notable crecimiento. El ocio y las visitas a familiares o amigos son las principales motivaciones del mes, con un peso del 52,9% y del 30%, respectivamente.

Viajes de los españoles en 2012



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

Según el tipo de alojamiento, el no hotelero concentra el 79,4%, un 0,8% menos, y el hotelero baja el 12,1%. El transporte por carretera es el medio más

utilizado, con el 84,2% del total (un 2,6% menos). El avión acapara el 10%, un 10,2% menos, y el resto de medios acaparan el 5,8%, un 2,4% menos.

Paseos y Excursiones en gran parte del mundo



Paseos y Excursiones ofrece, únicamente al cliente final, además de la gama habitual de productos como hoteles, vuelos y coches enlazando con otras centrales, un amplia gama de todo tipo de excursiones en la mayor parte del mundo.

Reserva para agencias en la 'web' de Gran Caribe



La web de Gran Caribe ofrece tanto al cliente final como a los profesionales de Turismo un fácil acceso a la descripción de sus establecimientos en Cuba y un correcto sistema de gestión de reservas que se abre en una nueva ventana.

BMI presenta vuelos en UK y a Oriente y África



La página de British Midland permite al cliente final consultar sus itinerarios entre diversos aeropuertos del Reino Unido y desde éstos a destinos de Oriente Medio y África, aunque para gestionar reservas enlaza con British Airways.

Gestión de reservas en el nuevo 'sitio' de Panamá



El nuevo 'sitio' oficial de Turismo de Panamá mantiene, con una presentación y una estructura renovadas, una información ampliada sobre los temas de interés en el país, añadiendo una central de reservas y enlaces con las redes sociales.

airberlin refuerza sus servicios complementarios con Amadeus

airberlin ha adoptado la solución Amadeus Ancillary Services para distribuir su oferta de servicios complementarios a través del canal de agencias. Con esta herramienta, las agencias usuarias de Amadeus de Alemania, Austria y Suiza ya pueden vender las opciones de equipaje adicional, asientos de preferencia y comidas de la compañía aérea.

Del mismo modo, airberlin también utiliza esta solución para distribuir algunos de estos servicios complementarios en España, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Letonia, Lituania, Noruega y Suecia. Con este acuerdo la aerolínea "desea ofrecer un servicio homogéneo a los viajeros independientemente de la forma de reserva", explica su vicepresidente de ventas de servicios complementarios, Jacob Fischer. Así, destaca que "gracias a esta solución, nuestros clientes pueden elegir servicios complementarios al adquirir su billete tanto en nuestra web como en una agencia".

Por su parte, uno de los responsables del área de distribución



airberlin mejora su oferta.

de Amadeus, Holger Taubmann, señala que "nuestra solución específica para la distribución de servicios complementarios ayuda a las aerolíneas en la comercialización de los mismos, permite a los agentes de viajes reforzar su papel de consultores de viaje de cara al cliente y genera ingresos adicionales gracias a la mejora del proceso de reserva". Hasta la fecha, un total de 46 aerolíneas han contratado la solución Amadeus Ancillary Services para distribuir sus servicios complementarios.

Best Western renueva su 'web' y permite consultar las opiniones de Tripadvisor

Se ha ampliado y mejorado la información e imágenes que se ofrecen de cada hotel

"Una de las ventajas para los hoteles independientes de todo el mundo de la integración en Best Western es que logran una visibilidad internacional online", según ex-

plican desde la hotelera. Esta visibilidad de los hoteles integrados en Best Western "acaba de aumentar notablemente" con el nuevo diseño de la web internacional.

Best Western Internacional ha lanzado su nueva web www.bestwestern.com totalmente renovada, que permite un uso más rápido y sencillo. La nueva página web ofrece multitud de ventajas tanto para sus establecimientos hoteleros independientes integrados, pues les aporta mayor y mejor visibilidad global, como para los usuarios de la misma, pues proporciona más información, facilita y mejora la navegación, así como la operación de la reserva online.

La nueva presentación online incluye más información de una forma más eficaz de los hoteles integrados, tanto de imágenes como de datos generales, en especial de las habitaciones de los establecimientos. Igualmente se ha mejorado la información que se ofrece de las ofertas y paquetes promocionales



El nuevo 'portal' en Internet de la cadena de hoteles independientes.

de los hoteles, lo que facilita su difusión y comercialización.

Otra novedad destacable de la nueva versión de esta web es la gran facilidad para que los usuarios puedan ver las calificaciones y opiniones sobre los hoteles de

TripAdvisor, sin tener que abandonarla. Todos estos son elementos destinados a mejorar la experiencia de navegación, así como la operación de reserva y, consecuentemente el nivel de ocupación de los hoteles de la cadena.

Confortel Hoteles lanza un nuevo 'portal' orientado a dar el mejor servicio a través de la interacción con el cliente

Confortel cierra su campaña de comercialización online 'Amores de Verano' con un incremento del 78% en su facturación

Confortel Hoteles dispone de un nuevo 'portal' en Internet. En esta nueva versión el diseño está focalizado a ofrecer un mejor servicio a través de la interacción con el cliente. Así,

entre las novedades destaca la optimización en el tiempo de navegación, la introducción de nuevos idiomas como el italiano y el portugués y una organización de la oferta más adapta-

da a las búsquedas de la mayoría. Así, el nuevo diseño garantiza la gestión autónoma de los contenidos y una mayor adaptación de la oferta a las particularidades de cada usuario.

En septiembre, Confortel Hoteles, la cadena de la Corporación Empresarial ONCE (CEOSA) lanzaba su nueva página web, www.confortelhoteles.com. El diseño de este canal está orientado a dar el mejor servicio a través de la interacción con el cliente.

Como explica el director comercial y de marketing de Confortel Hoteles, David López Pachón, se han revisado los procesos de usabilidad de la web, analizando la actividad del canal "para optimizar el tiempo de navegación en la página, y generar una organización de la oferta más adaptada a las costumbres de búsqueda de nuestros usuarios mayoritarios". Otra novedad que ha incorporado www.confortelhoteles.com es la ampliación de la oferta online a otros idiomas. Así, el italiano y el portugués se unen al castellano, inglés, alemán y fran-

cés, consiguiendo "una segmentación primaria por idioma que nos permitirá adaptar la oferta", según López Pachón.

Campaña 'online'

Desde que en 2010 Confortel Hoteles decidió dar un giro a su página web y convertirla en un canal más de venta, se han ido incorporando funcionalidades 2.0 que han permitido la interacción de los usuarios con la compañía hotelera. El nuevo diseño garantiza la gestión autónoma de los contenidos y una mayor adaptación de la oferta a las particularidades de cada usuario en una web que, además de ajustarse a los preceptos de renovación continua que exige el mercado online, establece un lugar cómodo y práctico donde reservar momentos de ocio o negocio.

Por otra parte, la campaña online de la cadena de la ONCE 'Amores de Verano' ha conseguido que el peso de la comercialización a través de su web en el período previsto y en los hoteles implicados haya alcanzado el 10%, mejorando el porcentaje del año anterior en seis puntos. Este crecimiento del peso del canal web dentro de la cadena, ha sido posible como consecuencia de la puesta en marcha de una estrategia online en la que se han combinado una "exhaustiva planificación de la oferta y la acción en medios sociales", según fuentes de la hotelera.

La campaña en redes sociales se basó en la enrevesada historia de la Familia Confortel, una serie de personajes ficticios que vivieron sus historias de amor durante este verano y que interactuaron con el target



Página principal de la nueva 'web' de la cadena de la ONCE.

Confortel logrando incrementar las visitas a la página web hasta en un 30% con respecto al año anterior.

Según López Pachón, "el objetivo es seguir avanzando en este ámbito y continuar fortaleciéndola relación con nuestros clientes". "Para

nosotros, la web es una ventana, no sólo para la venta, sino también para el intercambio de experiencias con nuestros clientes, por lo que dedicamos nuestros esfuerzos en gestionar el mejor y más competitivo entorno de compra", concluye.

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 6 de Noviembre
Hotel Mayorazgo Best Western

Nexopublic
CONSULTING



Viajes de esquí

 Cobertura para viajes para esquiar

Pregunta.- Se acerca la temporada de nieve, ya estoy comercializando viajes de esquí, y observo que los esquiadores son cada vez más exigentes con los seguros de nieve. Necesito información sobre las coberturas necesarias para brindarles el mejor servicio.

Respuesta.- Los esquiadores y snowboarders son un colectivo muy concienciado sobre la importancia de llevar un buen seguro, pues saben que la práctica de los deportes de invierno implica riesgos. De hecho, el 6% sufre alguna incidencia que requiere atención médica, sobre todo accidentes —choques con otros esquiadores u objetos, y caídas—, que pueden producir lesiones con distintos grados de gravedad, como roturas de ligamentos, traumatismos y lesiones internas. El coste medio de estos imprevistos supera los 500 euros, un importe que puede llegar fácilmente a superar los 6.000 si se produce en estancias fuera de España.

Además, el disfrute de estos deportes está sujeto a las condiciones meteorológicas, pues la falta o exceso de nieve puede dar lugar al cierre de las pistas, y la climatología adversa al retraso o cancelación de medios de transporte, con la consiguiente pérdida de servicios como el *forfait* o las clases de esquí.

Por eso debes buscar un seguro de esquí con amplias coberturas en gastos médicos, asistencia sanitaria, hospitalización, rescate en pistas y repatriación, y que también cubra las pérdidas de servicios. Por otra parte, dado que el viaje de esquí empieza desde que el cliente sale de casa hasta que vuelve, deben estar cubiertas las incidencias con el equipaje y los gastos de anulación, para que el cliente no pierda su dinero si un imprevisto le obligara a cancelar el viaje.

Uno de los productos más usados en agencias especializadas es Ski Plus®, con muy altas y completas coberturas para el esquiador. Es el seguro más amplio del mercado,

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

ya que son cuatro pólizas en una, brinda una garantía de asistencia 24 horas y hospitalización, además del rescate en pistas, entre otras coberturas. Ofrece garantía de gastos de anulación y reembolsa los servicios no disfrutados. También cubre la responsabilidad civil privada, que garantiza la indemnización que el esquiador tendría que pagar por el daño causado a un tercero, y del que se considere civilmente responsable, así como la defensa jurídica.

Por otra parte, cubre todo tipo de prácticas deportivas, como el heliesquí, e incluso los deportes como las motos de nieve, karts de hielo, trineo y tiro con perro que, aunque son deportes de invierno, suelen incluirse en los seguros de viajes de aventura, no en los de esquí.

Por último, cuenta con la modalidad anual que facilita al esquiador cobertura durante todos sus viajes del año para la práctica del esquí, y también para otras actividades que pueden realizarse al aire libre fuera de temporada. Además, este año Ski Plus mejora las coberturas, aumentando los gastos médicos tanto en España como en el extranjero, así como la cantidad asignada al pago de muletas.

Tasas aeroportuarias

 Incremento tasas aeroportuarias

Pregunta.- Algunos de los clientes que contrataron sus vuelos y viajes combinados antes de 1 de julio se niegan a pagar el incremento del precio

por la subida de tasas aeroportuarias. ¿Qué debemos hacer?

Respuesta.- La subida de tasas aeroportuarias que entró en vigor el pasado 1 de julio en la Ley General de Presupuestos del Estado, y que supuso un incremento medio del 19%, tiene un efecto retroactivo, es decir, se puede aplicar a todos los vuelos adquiridos con anterioridad a la entrada en vigor de la misma, tanto a aquéllos que forman parte de un viaje combinado como a los adquiridos como servicio suelto.

Ahora bien, en el caso de que los vuelos formen parte de un viaje combinado contratado antes de esa fecha, esa subida solo la podréis realizar cuando, en el contrato de viaje combinado entregado a tus clientes figure la posibilidad de aumentar el precio final del viaje por la subida de tasas. Y solamente en el caso de que hayas aplicado esa subida con 20 días de antelación a la salida del viaje, pues así lo establece el artículo 157.3 del Real Decreto Legislativo 1/2007.

En todo caso, es vuestra obligación informar a los clientes por escrito de la subida de tasas, y en aras de tener pruebas de su decisión ante la variación del precio del viaje combinado, os recomendamos que os entreguen dicha decisión por escrito. En el caso de que no aceptaran la subida, y decidieran cancelar el viaje, vuestra obligación sería entregarles la totalidad abonada, incluido el importe de los billetes aéreos en un plazo máximo de 30 días, y sin gasto alguno. Tened en cuenta que si pasado ese plazo no recibieran esas cantidades, estarían en su derecho de solicitar las mismas por duplicado, además de una compensación por daños y perjuicios.

En cuanto a los billetes aéreos adquiridos como servicio suelto, debéis saber que la agencia de viajes solo actúa como mero intermediario entre los clientes y la aerolínea, por lo tanto, no os corresponde responder a la subida de tasas que aplique la aerolínea. Sin embargo, sí tenéis la obligación de entregar al cliente, con anterioridad a la contratación de los vuelos, las condiciones de transporte de la aerolínea donde figura la posibilidad de subir las tasas aéreas a aquellos billetes adquiridos y emitidos. También es vuestra responsabilidad informar a los clientes por escrito, y a la mayor brevedad posible, sobre la subida de las tasas aéreas. Como medio de prueba de vuestra correcta actuación en todo momento, conviene que los clientes firmen tanto las condiciones generales de la aerolínea, como su decisión final sobre su aceptación, o no, de la subida. Y en el caso de que hubieran rechazado esa subida, pero la aerolínea le hubiera cobrado los gastos de anulación, la agencia no tendría obligación de responder ante el incremento, siempre y cuando hubierais cumplido con vuestra obligación de información.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

www.intermundial.es

 Intermundial
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

100% Agentes

Turnexo

Catalunya



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 13 de Noviembre
Eurostars Grand Marina

Confirma asistencia:
 **www.turnexo.com**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Mostrador

Air Transat renueva cabina de sus A330

Air Transat ha presentado su primer Airbus A330 dotado de una nueva cabina completamente remodelada. Los pasajeros podrán disfrutar, entre otras novedades, de nuevos asientos ergonómicos, tapizados en cuero, que ofrecen más espacio y un sistema de entretenimiento personal con pantalla táctil, tanto en clase club como en clase económica. Los aseos también han sido renovados, así como todos los accesorios de la cabina, con el fin de satisfacer las necesidades de los viajeros. La renovación de los interiores del resto de la flota Airbus A330 se realizarán a lo largo de los próximos dos años.

✉ www.airtransat.es

Kuoni propone disfrutar de unas vacaciones de otoño en Maldivas o recorriendo la India

Ambos 'paquetes' turísticos del turoperador tienen validez hasta el próximo mes de noviembre

Hasta el mes de noviembre, el turoperador Kuoni dispone de dos programas para disfrutar de unas vacaciones de otoño en Maldivas, durante ocho días, o India, en un viaje de 12 días.

India y Maldivas son las dos propuestas de Kuoni para disfrutar de unas vacaciones este otoño. El turoperador dispone de sendos programas, válidos hasta noviembre, con una duración de 12 días y ocho, respectivamente. 'Rajasthan Profundo' es el programa con el que cuenta Kuoni para conocer India. 12 días y diez noches en hoteles de tres y cuatro estrellas, desde 1.295 euros (sin tasas, ni carburantes, ni visados). El

itinerario recorre Delhi, Alsisar, Bikaner, Jaisalmer, Marwar, Jodhpur, Udaipur, Deogarh, Jaipur y Agra.

El programa de Maldivas Maafushivaru cuatro estrellas tiene una duración de ocho días y seis noches, con un precio desde 2.695 euros (tasas y carburante no incluidos). El alojamiento es en una Beach Villa 'todo incluido' y cuenta con salidas diarias.

✉ www.kuoni.es



El 'paquete' de la India tiene una duración de 12 días y diez noches.

Politours oferta Marruecos con dos 'paquetes' para viajar hasta diciembre

Los dos programas tienen salida desde Madrid, Barcelona, Valencia y Málaga

Hasta diciembre, Politours cuenta con dos 'paquetes' turísticos para disfrutar de Marruecos. Ambos recorren las ciudades imperiales, pero uno lleva a Kasbahs

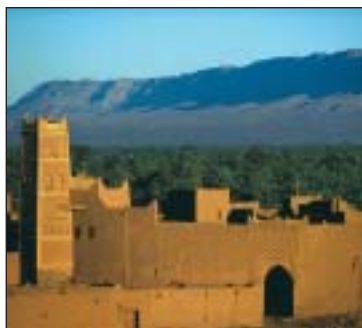
y el otro al norte del país. Ambos tienen salidas desde Madrid, Málaga, Barcelona y Valencia, con salidas, según el caso los sábados o domingos.

Este invierno se puede conocer Marruecos de la mano de Politours. El turoperador cuenta con dos programas de ocho días en los que se realiza un itinerario por las ciudades imperiales, pero uno con parada en Kasbahs y otro en el norte del país. Este último, con salida todos los sábados hasta el 15 de diciembre desde Madrid, Barcelona, Málaga y Valencia tiene una duración de ocho días y siete noches con un precio base de 365 euros. Recorre

Casablanca, Rabat, Tánger, Xaouen, Volúbilis, Meknes, Fez, Ifrane, Beni Mellal y Marrakech.

El otro programa de Politours, con salidas desde los mismos lugares hasta el 16 de diciembre todos los domingos y un precio base de 355 euros, realiza un itinerario por Casablanca, Rabat, Meknes, Fez, Midelt, Erfoud, Gargantas del Todra, Ruta de las Kasbahs, Kella M'Gouna, Ouarzazate, Ait Ben

✉ www.politours.es



Tienen ocho días de duración.

La Manga Club en Murcia celebra su 40 aniversario

Del 2 al 4 de noviembre, el complejo La Manga Club en la Costa Cálida murciana, celebrará su 40 aniversario con diferentes actividades. Destaca una cena de gala el sábado que pondrá el broche final a las celebraciones. Para los aficionados al golf oferta un programa de 287 euros por persona que incluye dos noches en el cinco estrellas La Manga Club Príncipe Felipe y desayuno, entrada al spa y gimnasio, participación en el Torneo Mil Novecientos Setenta y Golf y cena de gala.

Los amantes del tenis encontrarán un fin de semana a su medida, por 198 euros, que incluye dos noches de alojamiento en los apartamentos Las Lomas Village, desayuno



Complejo La Manga Club.

no y entrada al spa y gimnasio, participación en el torneo de tenis 40 aniversario, partido de exhibición con degustación, y cena de gala.

☎ 968 33 12 34



En la actualidad Iberia opera un vuelo diario entre Madrid y Santiago.

Iberia incrementa su oferta de vuelos a Chile en enero y febrero

Durante los próximos meses de enero y febrero, Iberia volará un total de nueve veces a la semana entre la ciudad de Santiago en Chile y Madrid. De esta manera, la com-

pañía aérea española incrementa notablemente esta ruta, en concreto casi un 30%, frente al vuelo diario que opera actualmente.

✉ www.iberia.es

Norwegian comenzará sus rutas para este otoño e invierno el 6 de noviembre

El crucero Norwegian Spirit tendrá salida desde Barcelona y Málaga

El próximo 6 de noviembre, Norwegian Cruise Line inicia su nueva temporada con el crucero Norwegian Spirit. El buque realizará un itinerario de un total de

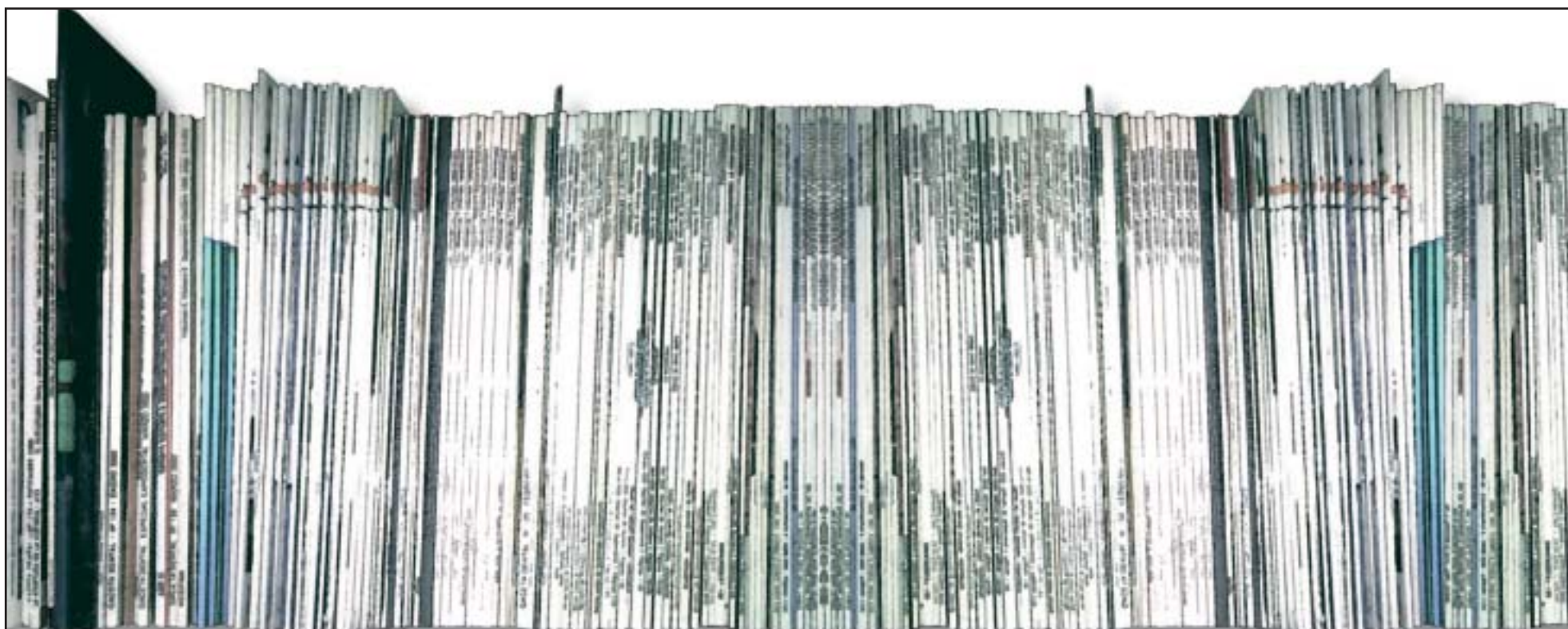
nueve días con paradas en destinos como Funchal en Madeira o Canarias, con salidas tanto desde el puerto de Barcelona como el de Málaga.

Norwegian Cruise Line comenzará con sus nuevas rutas para esta temporada de otoño e invierno el próximo 6 de noviembre a bordo del crucero Norwegian Spirit, según ha informado la compañía naviera. Con un itinerario de nueve días, los trayectos tendrán salida desde Barcelona y Málaga y harán escala en lugares como Funchal (Madeira) o Canarias con paradas en Santa Cruz de Tenerife y Arrecife (Lanzarote).

✉ www.es.ncl.eu



Norwegian Spirit realizará un itinerario de nueve días.



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 (aepp@aepp.com)

Los parques temáticos se preparan para celebrar la noche de Halloween

Hasta el 4 de noviembre Parques Reunidos dispone de todo tipo de actividades para celebrar Halloween. El Parque de Atracciones se transforma completamente en un nuevo y terrorífico parque para Halloween. Parque Warner contará con hasta ocho nuevos espectáculos exclusivos para este mes del terror y el 31 de octubre tendrá lugar una cena espectáculo diseñado para todos los públicos.

Faunia se inspira en Halloween para vivir un fantástico 'Día Sin Cole'. El próximo 2 de noviembre, el área temática de Veneno será escenario de un completo programa de actividades prácticas relacionadas con los animales más peligrosos y enigmáticos del planeta. Además el 19 de octubre ofrece la posibilidad de Dormir con Pingüino.

Por su parte, PortAventura, en Salou, también se viste para la ocasión. Así, hasta el 11 de noviembre se transforma con todos los iconos de esta fiesta: calabazas, esqueletos, telarañas y todo ambientado con músicas e iluminaciones tenebrosas. Entre las principales novedades de este año destacan el gran pasaje del terror de la 'Selva del Miedo' el nuevo pasaje del terror 'La Maldición Maya' y tres nue-



Se crean espectáculos especiales.

vos espectáculos. La programación de Halloween 2012 también cuenta con espectáculos de años anteriores con un formato renovado. Nuevas coreografías y nuevas situaciones terroríficas que harán temblar a los aventureros más atrevidos. Además, el área temática de Mediterrània seguirá acogiendo la mayor parte de la programación nocturna, como el desfile 'Halloween Parade' y el espectáculo de fuego, pirotécnica y música ultratumba 'Noche de Halloween'.

✉ www.parquesreunidos.com
www.portaventura.es

Mapa Tours propone recorrer las ciudades europeas en el Puente de Todos los Santos

Mapa Tours propone para el Puente de los Santos tres circuitos por varias ciudades europeas. Su primera oferta consiste en un circuito por Praga, Múnich y Viena, con un precio final desde 429 euros. También cuenta con un programa que recorre Roma, Venecia y Estambul, a partir de 427 euros, también precio final. Por último, ha diseñado para los amantes de la ajetreada y bulliciosa vida en la ciudad un circuito que empieza en Ámster-

dam, pasa por Berlín y termina en Bruselas, desde 447 euros.

Todos los 'paquetes' son para viajar entre el 1 al 4 de noviembre, y el precio corresponde a una persona, en régimen de tres noches de alojamiento y desayuno en los hoteles que se seleccionen. Incluye los pasajes de avión en vuelos de línea regular de Iberia. En el caso de Estambul, también se incluyen los traslados. El número de plazas es limitado.

✉ www.mapatours.es



Ámsterdam es una de las propuestas.

Hotel Wine Oil Spa Villa oferta dos 'paquetes' para disfrutar de los cinco sentidos este noviembre

Hotel Wine Oil Spa Villa de Laguardia, en Rioja Alavesa, propone para el Puente de Todos los Santos dos 'paquetes'. 'Enogastronómico' incluye una visita guiada al Centro Temático del Vino Villa Lucía con experiencia sensorial 4D 'En tierra de sueños', comida en El Medoc Alavés con menú especial Halloween, y visita a la Bodega El Fabulista, donde se descubrirá el mundo del vino junto al ingenio y el erotismo de la obra de Félix María de Samaniego, y se co-

nocerá el lado más oscuro de la sociedad ilustrada del siglo XVIII.

'Enosaludable' pone el acento en el relax y el bienestar e incluye un circuito de aguas en el Wine Oil Spa Villa de Laguardia, así como una visita guiada al Pórtico de Santa María de los Reyes en Laguardia, una de las más bellas muestras que se conservan de un pórtico policromado en piedra tallada. Con 'paquetes' desde 137 euros por persona y totalmente personalizable.

✉ www.hotelvilladelaguardia.com



Una oferta es el 'Enogastronómico'.



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



De Profesional a Profesional

■ Club NEXOTUR

La Hospedería de la Iglesuela del Cid ofrece rebajas del 50%

La Hospedería de la Iglesuela del Cid ofrece descuentos del 50% a los profesionales del Sector miembros del Club NEXOTUR. Podrá pernoctar en este establecimiento por 54,09 euros por perso-

Club NEXOTUR

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

na en habitación doble, desayuno incluido. Promoción sujeta a la disponibilidad del hotel. Para ampliar la información o realizar reservas puede llamar al siguiente número de teléfono: 964 44 34 76

■ Fam Trip



Agentes de AVIBA conocen los encantos de la localidad de Mallorca.

Montuiri se promociona como destino

Un grupo de representantes de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA) ha conocido de primera mano los principales atractivos turísticos de Montuiri (Mallorca). Esta iniciativa del Ayuntamiento de la localidad les ha permitido visitar el yacimiento arqueológico de San Fornés, Can Rei (Típica casa mallorquina) y el Molí d'en Nofre, molino restaurado.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 15 de octubre

Ana Rodríguez, Turoeste, Badajoz; Purificación Sánchez, V. Zeppelin, Madrid; Francisco Cabañas, V. Cabaro, Ávila; J. Antonio Cristin, V. Cristin, Ordenes; Jesús García, V. JG, Valladolid; Francisco Navarro, V. Dumpy, Valencia; Armando Bailo, V. NorteSur, Zaragoza; Ginesa Gómez, V. Famacar, Lorca; Fernando Rial, V. Barco, Cangas de Morrazo; Rafael Borobia, V. Arista, Madrid.

§ 16 de octubre

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

§ 17 de octubre

Mayte Arrutia, Viajes Garoa, Irún; Mariana Gómez Calcerrada,

Viajes Iguazú, Madrid; Leonor Soriano Maya, Viajes Levante, Valencia; Antonio Muñoz, Viajes BTC, Madrid; Ismael Fernández Muñoz, Viajes Ibermar, Madrid; Marga Ferrer, Central de Viajes, Barcelona; Fátima Camela, Anibal Tour, Badajoz; Mª Dolores Roca Cortes, Viatges Iltrida, Balaguer.

§ 18 de octubre

Cati Lopez, Viajes Bestours, Barcelona; Felipe Barco Rivero, Viajes Rosaleda, Málaga; Mª Rosa Bonet Calvet, Viajes Mestres, Valls (Tarragona); Anabel Rodríguez, IA Viajes, Madrid; Neus Fulladosa, Viajes Figueres, Figueras; Cristina Vivas, Viajes Rango, Puerto de Sagunto (Comunidad Valenciana); Mª Antonia Muñoz, Viajes Hippo, Yecla; Carmen Galindo, Halcón Viajes, Albacete; Rosa María Ruiz, Viajes Tabatour, Badajoz.

§ 19 de octubre

Manuel Hidalgo, Yacare, Madrid; Rufino Sanchidrián, Viajes Iberia, Madrid; Álvaro García Rubio, Viajes Alatur, Madrid; Gloria Navalón, Viajes Sait,

Xativa (Comunidad Valenciana); Carmen Serrano, Viajes Sanitur, Ciempozuelos (Madrid); Eva María Cruz, Vía Tour, Almendralejo (Badajoz); Loles Martínez, Viajes History Travel, Benetussers (Comunidad Valenciana).

§ 20 de octubre

Gertru Jiménez, Viatges Montgatur, Badalona; Antonio Tamayo, Viajes Marina, Barcelona; Ascensión Hernández, Viajes Islazul, Los Cristianos; José Luis González, Viajes Orange, Oropesa del Mar; Luíma Orube, Viajes Halcón, Galdácano; Sonia Sánchez, Viajes Hidalgo, Ávila; Fernando Honrado Díaz Salazar, Tour Vacaciones, Daimiel (Ciudad Real).

§ 21 de octubre

Raquel Mayorga Calvo, Viajes Carbel, Madrid; Sandra Sarasa Emiliano, Viajes Baixas, Barcelona; Daniel Pérez, Viajes Tejedor, Barcelona; Anabel Blanco Antón, EcoColor, Soria; Raquel Ramos, Viajes Rural Tours, Valencia; Susana Hernández, Viajes Ibermar, Alcorcón (Comunidad de Madrid).

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

Subvenciones

Servicios Jurídicos



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

club N e x o t u r



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 30% 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.deReserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ✉ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ✉ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ✉ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ✉ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ✉ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ✉ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ✉ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ✉ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
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	☎ 902909737 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**

H o t e l e r i a

Las pernoctaciones extrahoteleras acentúan su caída en agosto en casi un 3% por la menor demanda nacional

La suma de julio y agosto arroja una disminución de las pernoctaciones en estos establecimientos de casi el 2%

En agosto, las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros han descendido un 2,7%, superando los 21,7 millones. Esta caída

se ha dado principalmente por el retroceso de las pernoctaciones de los residentes, que descienden un 6%. Por su parte, las estancias de

los extranjeros se han incrementado en un 1%. La estancia media ha aumentado un 0,1%, situándose en 6,4 pernoctaciones por viajero.

Las pernoctaciones realizadas en alojamientos turísticos extrahoteleros —apartamentos, *campings* y alojamientos de Turismo rural—, ha superado los 21,7 millones en agosto. De esta manera registra una caída del 2,7% con respecto a hace un año, según los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Este descenso es mucho mayor al experimentado en julio, cuando las pernoctaciones extrahoteleras cayeron un 0,8%. Y se ha debido principalmente al retroceso de las pernoctaciones de los residentes (-6%), ya que las de los extranjeros han aumentado un 1%. La estancia media se ha incrementado un 0,1%, situándose en 6,4 pernoctaciones por viajero.

Por su parte, en el acumulado las pernoctaciones en alojamientos extrahoteleros han caído un 1,6% respecto al mismo periodo del año anterior. Y la suma de julio y agosto arroja una disminución de las pernoctaciones en estos establecimientos del 1,8% en relación al mismo bimestre de 2011.

Por categorías

Las estancias en apartamentos turísticos se han reducido un 2,3% en agosto, con un retroceso del 9,2% de los residentes y un crecimiento del 1,9% de los extranjeros, acaparando el 64,9% del total. Por ello, la estancia media se

contrae levemente un 2,4%, hasta las 7,7 pernoctaciones por viajero.

En agosto se ocuparon el 59,5% de las plazas ofertadas, un 1,3% menos. El grado de ocupación en fin de semana se situó en un 60,4%, con un descenso del 3,9%. Reino Unido continúa siendo el primer mercado emisor en apartamentos turísticos, con 2,4 millones de pernoctaciones, un 2,9% menos. Le sigue el mercado alemán, con más de un millón de pernoctaciones, un 0,3% menos. Canarias es el destino preferido para alojarse en apartamentos, aunque caen un 5,3% sus pernoctaciones. Le sigue Baleares, con una caída del 2,7%. Por zonas turísticas, la isla de Mallorca es el destino preferido, con 1,3 millones de pernoctaciones y una ocupación del 89,4%.

El Turismo rural cae casi un 8%

Por su lado, los campamentos turísticos han registrado en agosto una caída interanual del 2,2%. Las pernoctaciones de los viajeros españoles y extranjeros en *campings* descienden un 2,6% y un 1,5%, respectivamente. Se han ocupado el 50,1% de las parcelas ofertadas, un 4,4% menos, y el grado de ocupación de fin de semana ha alcanzado el 53,4%, un 6,5% menos.

Cataluña ha sido el destino preferido para acampar, con 4,8 millones de pernoctaciones, un 1,7% menos. El mayor grado de ocupación se alcan-



Castilla y León ha sido el destino favorito para Turismo rural.

zó en La Rioja, con el 76,4% de las parcelas ofertadas. Por zonas, Costa Brava ha sido la opción mayoritaria, con 2,5 millones de pernoctaciones.

En cuanto a los alojamientos de Turismo rural, han descendido un 7,7% en agosto. Las pernoctaciones de residentes bajan un 11,3% y las de extranjeros suben un 9,2%. La ocupación ha alcanzado el 33,5% de las plazas, un 10,1% menos. Y el grado de ocupación en fin de semana ha sido del 38,2%, un 14,5% menos. Castilla y León ha sido el destino preferido, con 240.749 pernoctaciones, un 13% menos, mientras que Baleares ha alcanzado el mayor grado de ocupación, con el 73,2%. Por zonas turísticas, la isla de Mallorca es el principal destino, con 100.853 pernoctaciones.

Por otro lado, el índice de precios en apartamentos turísticos ha registrado en agosto una subida del 1,2%, 0,5 puntos porcentuales menos que en julio. La tarifa turoperadores y agencias de viajes, que tiene el mayor peso (50,4%), ha descendido un 0,5%. El índice de precios de *campings* registró un incremento del 1% respecto a agosto de 2011. La tarifa normal, que tiene el mayor peso en la estructura de ponderaciones este mes (86,9%), subió un 1,1%.

Finalmente, el índice de precios de alojamientos de turismo rural apenas registró variación respecto al mes de agosto, con un descenso del 0,8%. La tarifa fin de semana, que supone el 63,2% del peso total, se descendió un 0,7%.

Axel diversifica su estrategia al 'sol y playa' con la apertura de un hotel en Maspalomas

El establecimiento contará con 92 apartamentos en cuatro plantas

La cadena especializada en el público gay Axel ha iniciado su presencia en el segmento del Turismo de 'sol y playa' con un nuevo hotel en Maspalomas en Canarias.

Este nuevo proyecto pretende ser la clara apuesta de la cadena por reinventarse y abrirse a nuevos segmentos ajenos a la marca hasta la fecha.

AxelBeach Maspalomas en Canarias es el nuevo establecimiento de Axel con el que amplía su estrategia al 'sol y playa', manteniendo, no obstante, la "coherencia con el posicionamiento de su producto", según explican desde la cadena hotelera. El nuevo hotel del portafolio de Axel estará dotado con 92 atractivos apartamentos, distribuidos en cuatro plantas.

El complejo, renovado en 2005, está dirigido al público adulto y ha sido concebido para ofrecer la mejor experiencia y diversión de la isla con el mejor ambiente, espacios y propuestas de ocio para disfrutar tanto de día

como de noche. La cadena emprenderá durante los próximos meses una serie de reformas con el objetivo de adecuar por un lado las habitaciones al estilo de la cadena, y por otro para crear un espacio de *fitness* y *spa*.

Ubicado en la localidad de Maspalomas, conocida a nivel internacional como uno de los referentes del mercado gay español, el nuevo hotel se emplaza a 1,5 km del mar y cuenta con un espacio con piscina al aire libre en la que relajarse además de albergar fiestas y eventos, sello de la compañía para sus clientes, que será bautizado como Sky Bar.



Axel tiene otro hotel en Barcelona.

Eurostars consolida su presencia en Alemania

Eurostars Hotels ha abierto su segundo hotel en Múnich, el Eurostars Book Hotel, de cuatro estrellas, con lo que la cadena eleva a tres hoteles su presencia en Alemania. Ofrece una arquitectura singular de estilo vanguardista, incorporando la última tecnología en un interiorismo que rinde su homenaje a algunas de las grandes obras de la historia de la literatura. Con 201 habitaciones, entre las que se incluyen ocho *suites*, cada planta es un paseo por un género literario diferente. Se encuentra en plena zona comercial de Múnich, cercano a la Estación Central y al recinto de la Oktoberfest.

Producto

Starwood abrirá en Brasil un hotel Sheraton en 2014, con 208 habitaciones

Starwood tiene en proyecto para 2014 la apertura del Sheraton Reserva do Paiva Hotel and Convention Center en el Estado de Pernambuco (Brasil) con el objetivo de reafirmar su "liderazgo en el segmento de hoteles de lujo", según la cadena. Desarrollado por el grupo portugués Promovalor y por el grupo brasileño Odebrecht Realizações Imobiliárias, este será el primer hotel de cinco estrellas bajo la marca Sheraton ubicado en Reserva do Paiva.

Vincci Capitol de Madrid crea tres habitaciones sobre la temática del cine

Vincci refuerza su oferta en Madrid incorporando tres nuevas habitaciones con temática cinéfila en uno de sus establecimientos más emblemáticos de la capital, el Vincci Capitol. El hotel pasa así de 140 a 143 habitaciones, tras invertir 800.000 euros. Con esta incorporación, la distribución de las plantas sigue siendo la misma, pero se pasa de 140 a 143 habitaciones, situándose estas tres nuevas justo encima de la mítica pantalla del Cine Capitol.

Meliá Hotels ofrece canjear por bonos simples sus participaciones preferentes

Meliá Hotels International realizará oferta de canje de la totalidad de las participaciones preferentes emitidas por la sociedad Sol Meliá Finance Limited, en abril de 2002, por bonos simples de nueva emisión emitidos por Meliá Hotels International, S.A. con vencimiento a tres años y nueve meses con un tipo de interés anual del 7,8%, pagadero trimestralmente. El precio fijado para el canje de las Participaciones Preferentes es del 93,5% de su valor nominal, de manera que el canje se realiza en "condiciones razonables de mercado".

Riu premiado por 'Mejor Grupo Hotelero Internacional' en Travel Bulletin Star

Riu Hotels & Resorts ha recibido por noveno año consecutivo el premio turístico de Reino Unido '2012 Travel Bulletin Star Award' en la categoría 'Mejor Grupo Hotelero Internacional'. El premio fue otorgado durante la prestigiosa ceremonia de los 'Travel Bulletin Star Awards', que tuvo lugar el pasado 10 de septiembre.



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 contempla la posibilidad de unirse a 'otras cadenas' para unificar las compras y la comercialización

Alarcó desmiente la venta de activos y descarta 'a priori' la gestión privada, pero apunta hacia 'otras fórmulas mixtas'

En declaraciones en exclusiva a este periódico, la presidenta de Paradores niega los rumores de venta de inmuebles y no contempla "a corto

plazo" la entrada de capital privado en la gestión de la entidad. No obstante, Ángeles Alarcó sí ha confirmado que "existen conversaciones" con

"importantes cadenas hoteleras" que podrían derivar en una central de compras conjunta o en la comercialización a través de sus canales.

Para la presidenta de Paradores, Ángeles Alarcó, la prioridad actual pasa por "poner orden en la casa" y reducir las pérdidas en su balance, que superarán los 25 millones de euros en este ejercicio de 2012 y se "rebajarán" hasta los cuatro millones el próximo año, según se refleja en los próximos Presupuestos Generales del Estado.

Según la presidenta del ente público, la "herencia" de la gestión anterior dejó un 'agujero' en las cuentas de 110 millones de euros, tras los 45 millones de euros de beneficio registrados en 2004. "Entre los errores" cometidos, apunta, se encuentran destinar fondos a la construcción de nuevos edificios (a través de Turespaña, como gestora de las nuevas inmuebles) y el endeudamiento a corto plazo, en lugar de a largo, lo que ha motiva-



Ángeles Alarcó

do el "ahogamiento" de las finanzas actuales. Además, la cadena contempla la reducción del gasto de personal (la mayor partida) en algo más de dos millones de euros para el próximo año.

La presidenta de Paradores ha desmentido las informaciones aventuradas en algunos medios generalistas y sectoriales, que especulan sobre la posibilidad de la venta de la cadena. Alarcó recuerda que los edificios son patrimonio del Estado y que, como sucedería con la catedral de Santiago, o de León, "ni están ni estarán en venta".

Lo que sí se contempla es que el capital privado entre en la gestión de la cadena. Aún así Alarcó, que afirma que esa posibilidad "se encuentra en nuestra agenda", confía en otras fórmulas previas para asegurar la rentabilidad de la empresa

pública. Algunas ya las ha adelantado a este Diario, como sería la integración de Paradores en una central de compras conjunta con otras cadenas, para "aprovechar economías de escala y reducir costes".

Otra de las opciones de colaboración que se barajan es la creación de centrales de reservas comunes con otras cadenas, para potenciar la comercialización. Alarcó asegura que se han establecido "contactos" con otras cadenas para este propósito, entre las que se encontrarían NH Hoteles o Meliá, aunque "no hay nada cerrado", puntualiza la presidenta.

Premiados por TripAdvisor

La presidenta de Paradores reveló a NEXOTUR los planes de futuro de la cadena en el marco de los premios que el portal TripAdvisor concedió ayer a los diez mejores establecimientos de la cadena pública. Unos pre-

mios, los 'Traveller's Choice Paradores' elaborados a partir de las valoraciones de los viajeros.

Y los huéspedes han decidido que el primer puesto haya sido este año para el Parador de Cruz de Tejeda (en Las Palmas de Gran Canaria), descrito como "un lugar perfecto para desconectar" y por sus "impresionantes vistas" entre otras valoraciones.

Le siguen en la clasificación los establecimientos de Cáceres y Alcalá de Henares, por su "excelente atención, buena ubicación, limpieza y equipamiento" en el caso del hotel extremeño y por las instalaciones "modernas, amplias, cómodas y bien situadas" del edificio madrileño. El resto del ranking lo componen, por orden, los paradores de La Gomera y el de Úbeda (Jaén), junto al de Santiago de Compostela, seguido por los malagueños de Antequera, Ronda, Nerja y, en décimo lugar, el de Plasencia.

La hotelería malagueña presenta al consejero andaluz sus preocupaciones y retos de futuro

Saneamiento, Promoción, Financiación y Estacionalidad fueron algunos temas

El presidente de AEHCOS, José Carlos Escribano, ha aprovechado su encuentro con el consejero de Turismo de la Junta para plantearle al Consejero algunas de

las inquietudes que el empresariado tiene en estos momentos. Como tema principal y prioritario: el saneamiento integral de la Costa del Sol.

Escribano ha destacado que desde hace ya 40 años se convive en la Costa del Sol con este problema. "Es impensable que si apostamos por la calidad y medioambiente las aguas estén en el estado que se encuentra". Por su parte, el consejero de Turismo informaba de su próxima reunión con el foro de saneamiento para conocer la situación con mayor detalle. Los principales problemas es que los fondos europeos que podrían financiar estas actuaciones han disminuido y los fondos propios en estos mo-

mentos son conocidos por todos. En cuanto a la financiación para la renovación de los establecimientos, Escribano señaló que "si queremos ser competitivos necesitamos una planta hotelera actualizada e innovada, y para ello es necesario acceder a esa financiación". Una cuestión a la que el consejero responde que "existe actualmente un problema de tesorería".

En el caso de a la oferta no reglada, el presidente de AEHCOS, planteaba que la crisis ha favorecido la vuelta de la economía sumer-

gida, por lo que desde el sector hotelero se requieren soluciones para evitar esta competencia desleal. El Consejero ha respondido que se desea "poner en marcha" un plan de inspección relativo a la competencia desleal y oferta no reglada. "Necesitamos urgente un plan de actuación concreto", señalaba Escribano. Por su parte el consejero coincidía en que se trata de uno de los mayores retos. La búsqueda de acciones concretas para que deje de ser un gran problema.

Los hosteleros sevillanos instan a convertir la ciudad en 'base de entrada y salida de cruceros'

Buscan algo más que 'una escala', lo que generaría mayores ingresos al Sector

La Asociación de Hosteleros de Sevilla ha valorado "muy positivamente" que haya recibido al crucero más grande de su historia y ha instado a trabajar para "ofrecer los mejores servicios y hacerlo lo mejor posible", para que Sevilla no pierda su "oportunidad" como destino crucerista.

En este sentido, el vicepresidente de la Asociación, Antonio Palomino, ha señalado que es una "muy buena noticia" la llegada de este barco, recordando que, dadas las medidas del

puerto interior con el que cuenta Sevilla, teniendo en cuenta el puente de las Delicias y la "necesidad" del dragado, este crucero será de los mayores que puedan entrar. "Es importante que la naviera se lleve una buena impresión de Sevilla, dando una buena atención a todos sus niveles", afirma Palomino, que agrega si sólo se produce la escala "no hay pernотaciones en ciudad y el consumo de hostelería es reducido en la ciudad", aunque "tenga buen com-

portamiento con otros sectores, como el taxi o el comercio".

Así, recuerda que el millar de pasajeros que llegan en un crucero es equivalente a cuatro aviones, por lo que apuesta por ofrecer buenos 'paquetes' cerrados para los turistas de estos barcos y por mejorar las conexiones, indicando que el 70% u 80% de cruceristas que llega viene por Málaga o Cádiz y "hay que colaborar con los otros puertos para hacerles fácil la llegada a Sevilla".

■ Producto

Las Vegas Sands inaugura Sheraton Macao, segunda fase de Sands Cotai Central

Las Vegas Sands Corporation ha inaugurado el Sheraton Macao, lo que supone la segunda fase del Sands Cotai Central, justo un mes después del quinto aniversario del The Venetian Macao y del Cotai Strip. Inspirado en Polinesia, es el mayor hotel Sheraton del mundo y el más grande de Macao. La primera de las dos torres, Sky, acaba de abrirse al público y la segunda, Earth, lo hará a principios de 2013, con lo que el hotel contará con 3.896 habitaciones.

El cuatro estrellas Asur Al-Medina 'wellness' abre sus puertas en Cádiz

Situado en la parte oeste de la histórica localidad de Medina Sidonia (Cádiz), la cadena Asur Hoteles incorpora el Asur Al-Medina, moderno hotel de cuatro estrellas distribuido en cinco plantas, con 39 habitaciones y un exclusivo programa de bienestar. La cadena Asur se posiciona así como una de las principales cadenas hoteleras andaluzas con una amplia oferta en destinos y establecimientos, pudiendo atender así cualquier tipología de turismo (playa, naturaleza, salud, cultural, gastronómico, eventos, etc.).

Rezidor refuerza presencia en África con un hotel en Guinea en abril de 2014

Rezidor Hotel Group ha anunciado que inaugurará el Radisson Blu Hotel Conakry en Guinea (África) en el mes de abril de 2014 con el objetivo de incrementar su cartera de hoteles en este continente que actualmente asciende a 43 con más de 17 proyectos en desarrollo. El establecimiento hotelero contará con 249 habitaciones y estará ubicado en la ciudad portuaria de Conakry "porque es el centro comercial del país y la primera parada para los turistas internacionales", ha explicado su director y consejero delegado, Kurt Ritter.

Radisson Blue de Madrid crea el espacio dedicado al arte 'Up Gallery'

Situada en el hall de Radisson Blu, Up Gallery tiene como objetivo organizar pequeñas exposiciones en torno a un autor, para dar a conocer a los visitantes y huéspedes el arte emergente que está agitando la ciudad. El establecimiento madrileño participa en Apertura como entidad colaboradora. Las muestras se organizan en colaboración con destacadas galerías madrileñas en cada estación del año.

Meliá pide que el sector lidera la protección de la infancia

Con motivo del Día Mundial del Turismo se celebró la Mesa-debate sobre Turismo y Responsabilidad Social, en la que participó la responsable de Estrategia y Sostenibilidad de Meliá, Lourdes Ripoll, que destacó la importancia que el sector debe adquirir frente a la explotación sexual infantil, al igual que en la protección medioambiental en el que trabaja.

Hay que recordar que Meliá fue la primera en España en suscribir, en el año 2006, el Código ECPAT contra la Explotación Sexual Comercial Infantil, y que desde entonces ha liderado la adhesión de otras 11 destacadas compañías del sector, a las que se han unido otras empresas como Riu Hotels, Lopesan y Piñero, así como la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro.

Según la directiva de Meliá, la experiencia de esta alianza con Unicef ha sido "muy satisfactoria" en términos de colaboración económica, pero también por la implicación lograda por empleados y clientes, la implicación de las cúpulas directivas de la compañía, y la interiorización de valores compartidos entre Unicef y Meliá. La ponencia de Ripoll quiso destacar la importancia de que un sector como el hotelero se involucre y lidere la lucha por la protección de la infancia.



**"La información profesional
que me interesa está en CONEXO"**

CONEXO es el **único** Periódico de los Organizadores de
Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, que leen los
responsables de reuniones y business travel de empresas, y
de congresos en asociaciones y colegios profesionales

CONEXO

INCENTIVO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

MARZO 1999
NÚMERO 12 / II AÑO

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE REUNIONES
(% según número de participantes)

100/249

250/499

+1.000

**Solicite información y tarifas
de publicidad de CONEXO**

DEPTO. PUBLICIDAD
Lópe de Vega, 13
28014 Madrid

91 369 41 00
(16 LINEAS)

91 369 18 39

grupo@nexo.es

Booking

NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

91 369 41 00

91 369 18 39

Mayoristas		
VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786	
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443	
TUI AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588	
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181	
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424	
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593	
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334	
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365	
AVIOTEL Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674	
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516	
AVIOTREN Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 91-3011784 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 91-5564770	
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770	
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254	
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254	
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469	
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131	
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131	
EV EMPRENDER Gran Vía, 39 3º 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 6º 2ª MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071	
HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131	
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466	
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241	
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664	
MUNICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131	

NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 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	
PANAVISIÓN TOURS Goya, 22 MADRID	☎ 91-5860800 Fax 91-5860846	
PANAVISIÓN TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	☎ 93-2159515 Fax 93-4871458	
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889	
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683	
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396	
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618	
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479	
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826	
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198	
RHODASOL-TURIMAR Gran Vía 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 2º 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-MUNICOLOR Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	☎ 91-4568600 Fax 91-4568773	
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088	
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º 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 Edf. 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/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 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 Vía Asima 6A 1ºC PALMA DE MALLORCA	☎ 902-448686 Fax 971-448689
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3º 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	☎ 91-5558580 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 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 1º 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	☎ 91-7896400
www.visioncruceos.com	☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreatico BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea 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- 3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 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 3ºB 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 Jaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	☎ 91-4118324 Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN Pº de la Habana, 54 2º 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. Adeguarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En 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

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

Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 48 Dup. 4º 28003 Madrid. Telef.: 914421909

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

Profesor: Francés (Nativo)

Globish: Más de 1000 palabras clave en "English-American" para comunicarse con el Mundo entero.

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

Profesor Escuela Oficial de Turismo (Madrid)

Profesor Shanghai Institute of Tourism (China)

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Coste a Ecommerce adaptado a sus posibilidades

Tel.: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745

E-mail: fetisalain@yahoo.com, alainf_3@hotmail.com

91 369 41 00

91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

MundoTour presenta sus eventos deportivos en una nueva 'website'

La nueva web de MundoTour mantiene, con un diseño muy mejorado, la información sobre una amplia gama de viajes basados en la asistencia a eventos del motor y otros deportes, así como la posibilidad para el cliente final de gestionar sus reservas.



MundoTour, agencia mayorista asturiana, presenta una nueva versión de su página, en la que moderniza y mejora sensiblemente su diseño, manteniendo la información sobre su programación de asistencia a eventos relacionados con el deporte. La nueva web, que por el momento no incluye ninguna información sobre la empresa y se presenta sólo en castellano, permite reservar online entradas y 'paquetes' basados en la asistencia a dichos eventos, pero todo ello enfocado al cliente final que debe registrarse previamente, sin ninguna referencia a las agencias de viajes.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
MundoTour ofrece un amplio conjunto de viajes a eventos deportivos a los que se accede por tipo de evento o por deporte. Presenta una relación en cada caso, la descripción del evento seleccionado y la de los 'paquetes' con él relacionados, así como la venta de sus entradas.	Dispone de un sencillo sistema de reservas de 'paquetes' y de entradas a los distintos eventos deportivos, que está basada en la utilización de una cesta de la compra, con pago mediante tarjeta y es válido únicamente para el cliente final registrado previamente en el sistema.	La página, que parece aún en desarrollo, ofrece áreas de información, noticias sobre la empresa y una galería de fotos aún no disponibles, e incorpora un formulario y un teléfono de contacto, aunque no incluye su dirección ni ninguna otra información sobre la mayorista.
▲ Lo Mejor / Gestión Específica Ofrece una información adecuada y una sencilla gestión de reservas de un producto muy concreto y de interés creciente.	▼ Lo Peor / Gestión Agencias Sigue siendo una página de mayorista para venta directa al cliente final y sin ninguna referencia a las agencias.	

MUNDOTOUR / Mayorista

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de tratarse de una mayorista, la nueva página de MundoTour sigue enfocada exclusivamente al cliente final, sin ninguna referencia a las agencias de viajes, a las que tampoco ofrece la posibilidad de gestionar reservas, a pesar del posible interés de algunos de sus productos.

6.8



Entrada / Presenta el acceso a sus ofertas de viajes por tipo de evento o en una relación de diferentes actividades deportivas.



Producto / Seleccionando un tipo de evento o una actividad, presenta una relación de viajes y la descripción del seleccionado.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas para clientes registrados, basado en la gestión de una cesta de la compra.

La 'web' de Jumeirah no contempla la reserva para agencias de viajes

Jumeirah H&R presenta una página bien diseñada en la que ofrece la descripción de sus resorts en diversos países, incluyendo un completo y fácil de utilizar sistema de reservas, válido únicamente para el cliente final y empresas concertadas.



El Grupo Jumeirah ofrece la información sobre su cadena de hoteles y resorts de lujo en algunos países de Europa, el Caribe y Oriente en una página de diseño adecuado, incluyendo un sencillo sistema de reservas de pago mediante tarjeta, pero no disponible para los profesionales de Turismo. Por otro lado, la página, que también incluye una amplia información sobre el Grupo, su historia, objetivos y características de sus servicios ofrece una versión completa en inglés y otras parciales en castellano, alemán, árabe, chino, ruso, turco e italiano.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Se accede a los alojamientos desde un mapa de destinos o desde las alternativas de la reserva. Presenta una completa información del establecimiento en varias pantallas con especial atención a la descripción de sus tipos de habitación, restaurantes, servicios de spa y para eventos.	Ofrece un sencillo sistema de reservas con una amplia información sobre las alternativas de tarifas y tipos de habitación, que permite seleccionar cualquier moneda de pago, pero que sólo está disponible para el cliente final y para empresas con acuerdos corporativos.	Incluye una completa información sobre el Grupo Jumeirah, las empresas que lo componen, su filosofía y sus planes de futuro entre otros. También ofrece a clientes y empresas la posibilidad de registrarse e incluye áreas para proveedores y otra de ofertas de trabajo en la cadena.
▲ Lo Mejor / Diseño Se trata de una página de cuidado diseño con un sencillo acceso a la información y un fácil sistema de reservas.	▼ Lo Peor / Gestión Agencias Contempla la gestión de reservas desde empresas concertadas, pero no incluye ninguna referencia a las agencias de viajes.	

JUMEIRAH H&R / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Jumeirah H&R, a pesar de su adecuado diseño, es de muy poca utilidad para los profesionales de Turismo ya que además de estar limitada por las especiales características de su oferta, no contempla la gestión de reservas desde las agencias de viajes.

6.7



Entrada / Presenta la primera pantalla de reserva y el acceso a todas las áreas de información sobre la cadena.



Producto / Desde un mapa de sus destinos se accede a una completa descripción de cada hotel en varias pantallas.



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas válido para el cliente final y empresas registradas, pero no para las agencias.

Autocares Ozaez informa en la Red sobre sus transportes terrestres

Autocares Ozaez presenta una sencilla página en Internet en la que ofrece una información muy general sobre la empresa y sus servicios de transporte discrecional terrestre, aunque sin ninguna referencia a sus tarifas para los que presenta un formulario.



www.ozaez.com

La empresa madrileña de transporte terrestre **Autocares Ozaez** ofrece, en una página de correcto diseño únicamente en versión en castellano, una información muy limitada de la empresa y de sus características y servicios, que incluye la relación de los distintos tipos de servicios discrecionales que ofrece y una galería de fotos de cada uno de los tipos de vehículo que forman su flota, en la que incluye autocares, minibuses, microbuses y monovolúmenes, además de vehículos adaptados. En el área de gestión presenta únicamente un formulario para solicitud de presupuestos.

INFORMACIÓN

Presenta una relación de los distintos tipos de transporte discrecional por carretera que ofrece, así como una completa galería de fotos de sus autocares por número de plazas y en algunos casos un plano del vehículo, aunque sin ninguna descripción de sus características.

RESERVA

La página no ofrece ninguna información sobre sus tarifas ni otros datos sobre condiciones de comercialización, presentando únicamente un formulario para la solicitud de presupuestos pero sin ninguna referencia ni información específica para los profesionales de Turismo.

GENERAL

También incluye alguna información sobre la empresa y su historia, dirección, teléfonos, fax y direcciones de correo de sus distintos departamentos, así como su plano de situación, una galería fotográfica de sus instalaciones en Bobadilla del Monte y sus condiciones legales.

▲ Lo Mejor / Amigable

Su sencillo diseño permite acceder fácilmente a la descripción general de la empresa y sus servicios.

▼ Lo Peor / Nivel de Información

Ofrece un nivel general de información sobre la empresa y sus servicios sin ninguna información para los agentes de viajes.

AUTOCARES OZAEZ / Transporte

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La web de Autocares Ozaez ofrece un interés muy limitado a agencias de viajes y OPC, ya que se limita a informar sobre sus tipos de servicio de transporte discrecional terrestre y de sus tipos de vehículo sin incluir información de gestión como sus tarifas o su área de operación.

4.2



Entrada / Presenta el acceso a las seis áreas de información sobre la empresa y sus servicios y a un formulario de contacto.



Producto / Informa sobre sus tipos de servicios de transporte por carretera y sobre los distintos tamaños de sus autocares.



Reserva / No incluye información sobre sus tarifas, ofreciendo únicamente un formulario de solicitud de presupuesto.

Ibiza presenta una nueva versión en Web 2.0 de su 'web' de Turismo

El nuevo diseño de la página oficial de Turismo de Ibiza ofrece una información semejante a la de la anterior, que no mejora su presentación y estructura de accesos, pero añadiendo el enlace con una central de reservas externa y un planificador.



www.ibiza.travel

La nueva web sobre Turismo que ha desarrollado el **Consell Insular d'Eivissa** mantiene, con un diseño más moderno pero menos amigable, la información sobre los atractivos y servicios que ofrece a sus visitantes, manteniendo una amplia sección dedicada a la organización de congresos y otros eventos. En el área de reservas, además de la gestión de alojamientos que ya existía, ha añadido el enlace con una central externa, que tampoco está disponible para las agencias. Por otro lado, la página mantiene versiones en castellano, catalán, inglés, francés e italiano y ha añadido otra en alemán.

INFORMACIÓN

Desde diversos puntos de la primera pantalla se accede a la información de la mayoría de los temas de interés para un turista en la isla. En general presenta una relación por tipo y una descripción del seleccionado, incluyendo algunas fotografías y su plano de situación.

RESERVA

Al sencillo sistema de reservas de alojamientos en Ibiza que existía en la versión anterior ha añadido el acceso a la gestión de reservas de Muchoviaje.com, que ofrece alojamientos, vuelos, vuelo más hotel y coches en todo el mundo, ferrys en el Mediterráneo y escapadas en Ibiza.

GENERAL

Mantiene una amplia información para organizadores de eventos, un calendario de eventos, así como la visualización y descarga de mapas y folletos. Además, se ha añadido un planificador del viaje, enlaces con redes sociales y una completa área dedicada a la prensa.

▲ Lo Mejor / Actual

La nueva página, en tecnología Web 2.0 y enfocada al enlace con redes sociales, actualiza las prestaciones de la anterior.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Ofrece una información muy completa a las OPC, pero no contempla la gestión de reservas desde las agencias de viajes.

IBIZA / 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	GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN DE TRANSPORTES									
4	GESTIÓN DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página oficial de Turismo en Ibiza sigue ofreciendo una amplia información sobre la isla y un área específica para las OPC, y entre otras mejoras ha añadido una nueva gestión de reservas de varios tipos de servicio, pero los agentes de viajes siguen sin poder gestionar en ella sus reservas.

7.5



Entrada / Presenta con un formato muy diferente el acceso a múltiples áreas de información y a una central de reservas externa.



Producto / Accediendo de diferentes formas ofrece toda información de gran parte de los temas de interés turístico en la isla.



Reserva / Al sistema de reservas de alojamientos en Ibiza que ya existía ha añadido el enlace con una central global externa.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias buscan profesionales con experiencia y manejo de sistemas de reservas

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.

■ **Sagitur Viajes.** Madrid. Se necesita personal para el departamento de ventas. Requisitos: mínimo cinco años de experiencia en el Sector, muy buena presencia y manejo de los sistemas Orbis y Traveltool. C.V: amandabarja@sagiturviajes.com.

■ **Día Libre Viajes.** Madrid. Se busca contable para agencia de viajes. Horario de lunes a viernes. Requisitos: experiencia en puesto similar y manejo de Contaplus. C.V: blanca.duran@dialibre.com.

■ **Viajes Célebres.** Málaga. Empresa en expansión y crecimiento necesita agente de viajes con experiencia demostrable de más de dos años. Posibilidad de promoción. Requisitos: manejo de sistema de reservas de Amadeus. Se valorarán idiomas y experiencia en elaboración de tarifas. C.V: oolonso@viajescelebres.com.

■ **Viajes Paraíso.** Madrid. Se busca agente de viajes para incorporación inmediata. Requisitos: conocimientos de Amadeus y Galileo. También se precisa nivel medio de inglés y manejo del sistema de reservas de Renfe. C.V: viajes@paraisomar.net.

■ **Viajes Tierra Viva.** Madrid. Se necesita agente especializado en viajes de empresas. Requisitos: indispensable manejo de Amadeus y del sistema de reservas de Renfe, así como conocimientos de inglés. C.V: administracion@tierraviva.com.

■ **Hotel Cisneros.** Madrid. Se precisa de recepcionista para establecimiento hotelero situado en Madrid. Requisitos: disponibilidad inmediata y conocimientos de inglés. C.V: info@cisneroshotel.com.

■ **Oasis.** Madrid. Se precisa de agente de viajes para reservas y atención a empresas. Requisitos: indispensable manejo de Ticketing Amadeus y Renfe y buen nivel de inglés. C.V: conta@viajesoasis.com.

■ **Meli Viajes.** Girona. Agencia de viajes de Figueras precisa incorporar agente con conocimientos de Amadeus para atención telefónica, venta de cara al público y elaboración de presupuestos, entre otras funciones. Incorporación inmediata y jornada completa. Requisitos: experiencia previa y se valorará que el aspirante tenga vehículo propio. C.V: maribel.espana@iaviagesgrupo7.com.

■ **Mapa Tours.** Madrid. Buscamos delegado comercial para la zona centro de Madrid. Requisitos: experiencia en el Sector de agencias de viajes, vehículo propio

y disponibilidad para realizar viajes. C.V: oscarsanz@mapatours.com.

■ **Viajes Paraíso.** Madrid. Agencia de viajes minorista busca persona con experiencia para atención al cliente y ventas. Incorporación inmediata y jornada completa. Requisitos: conocimientos de Amadeus y Galileo. Inglés nivel medio y conocimientos de Renfe. C.V: viajes@paraisomar.net.

■ **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.

■ **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.

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

■ **Viajes Cum Laude.** Barcelona. Agencia de viajes busca personal para llevar y ampliar cartera de clientes procedentes de Francia, reservas y contactos con los proveedores, traducción de programas y realización de cotizaciones. Requisitos: imprescindible nivel nativo de francés. C.V: dptcomercial@viajescumlaude.es.

■ **Viajes Colmenar.** Madrid. Se busca agente de viajes con experiencia que le guste vender y atender al público. Requisitos: experiencia demostrable de venta en mostrador de agencia de viajes, buena presencia, simpatía y aptitudes comerciales. C.V: sanchez@viajescolmenar.com.

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

■ **Grupo Belma.** Madrid. Se necesita técnico para organización de reuniones, congresos y eventos. Requisitos: entre uno y dos años de experiencia en este segmento, nivel alto de inglés, Amadeus, buena presencia, disponibilidad para realizar viajes y manejo del paquete Office. C.V: eugeniacalleja@grupobelma.es.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Completa oferta de viajes

↑ Paseos y Excursiones ofrece, únicamente al cliente final, además de la gama habitual de productos turísticos como hoteles, vuelos y coches enlazando con otras centrales, **información** y reserva de todo tipo de excursiones por país y destino en la mayor parte del mundo.

⇒ Por su amplia oferta es una página de **utilidad** para el cliente final.

↓ No contempla la **reserva** desde las agencias de viajes.



<http://www.paseosyexcursiones.com>

Hoteles en Cuba

↑ La página en Internet de Gran Caribe ofrece tanto al cliente final como a los profesionales de Turismo un fácil acceso a la **descripción** de sus establecimientos en Cuba y un correcto sistema de gestión de reservas que se abre en una nueva ventana.

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

↑ Las agencias pueden **reservar** mediante su código IATA.



<http://www.gran-caribe.com>

Oriente y Africa desde

↑ La página de British Midland ofrece al cliente final información sobre sus itinerarios entre diversos aeropuertos del Reino Unido y desde éstos a destinos a Oriente Medio y África, aunque para gestionar reservas enlaza con el sistema de British Airways.

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

↓ Como BA, no contempla la gestión de **reservas** desde las agencias.



<http://www.flybmi.com>

Buses en Andalucía

↑ Socibus presenta una nueva versión de su web, aún en desarrollo, que ofrece una funcionalidad semejante a la anterior, manteniendo su gestión de reservas, válida para las agencias de viajes, pero aún sin su **información** sobre rutas, horarios y tarifas.

⇒ Mejorará su **utilidad** cuando complete la información de sus rutas.

↑ Dispone de un área de **reservas** para las agencias de viajes.



<http://www.socibus.es>

Congresos en Gijón

⇒ La **información** sobre el Palacio de Congresos de Gijón ha pasado en parte a Feriasturias, manteniendo otra parte de la misma en la página de la Cámara de Comercio y, aunque ha incluido un cálculo online de presupuestos, no amplía sus contenidos.

⇒ Es de **utilidad** limitada por el nivel y la estructura de su información.

↓ En el área de **reservas** ofrece un formulario para presupuestos online.



<http://www.feriasturias.es>

Reservas en Panamá

↑ El nuevo 'sitio' oficial de Turismo de Panamá mantiene, con una presentación y una estructura de accesos renovados, una **información** ampliada sobre los temas de interés en el país, añadiendo una central de reservas y enlaces con la redes sociales.

↑ Ha aumentado su **utilidad** añadiendo una central de reservas.

↓ La nueva gestión de **reservas** no está disponible para las agencias.



<http://www.visitpanama.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Contratación de agencia

✓ Resolución del 2 de octubre de 2012 de la Universidad de León por la que se convoca licitación pública para el servicio de Agencia de Viajes. Fecha límite de obtención de documentación e información: 30 de octubre de 2012. El contrato tiene un valor estimado de 760.516,20 euros y el plazo de ejecución es de dos años. Dirección de Internet del perfil del contratante: www.unileon.es/sede-electronica/perfil-del-contratante/.

✓ Notificación del 4 de octubre de 2012 de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de la Comunidad de Madrid de cese de actividad de agencia de viajes de Sandal Experience.

✓ Notificación del 5 de octubre de 2012 de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo de La Rioja, por la que se pone en conocimiento de Viajes Vinotur la propuesta de resolución de sanción por ejercer la actividad de agencia en una especialidad sin haberlo comunicado previamente.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSOS

Tendencias en los viajes de negocios

Acte ofrecerá cuatro sesiones formativas en la feria Eibtm

La Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos (Acte) ofrecerá un programa de cuatro sesiones formativas en el marco de la Eibtm, que tendrá lugar en Barcelona entre el 27 y el 29 de noviembre. Durante las mismas se abordarán, entre otros temas, la actualidad y las tendencias de los viajes de negocios. En concreto, las cuatro sesiones versarán sobre 'Tecnología para Viajes - Ahora y Futuro'; 'Una unión de las reuniones y los viajes de negocios'; 'La relevancia de los viajes con otros departamentos en su organización'; y 'Principales tendencias de los viajes de negocios'.

"Estamos muy contentos de asociarnos con Eibtm, especialmente en la celebración de su 25 aniversario, en su intento de proporcionar un contenido más educativo para la industria de viajes de negocios", afirma el director ejecutivo de Acte, Ron DiLeo. Por su parte, el director de la feria, Graeme Barnett, señala que "la incorporación de los viajes de negocios a Eibtm es una extensión lógica al perfil del evento actual, y estamos muy entusiasmados con las nuevas posibilidades y la mayor rentabilidad de la inversión que va a proporcionar a nuestros expositores y compradores".



LIBROS

Cuatro guías, cuatro destinos

Geo Planeta lanza nuevas guías Lonely Planet

Geo Planeta sigue ampliando y mejorando su repertorio de guías de viaje Lonely Planet. Para la nueva temporada ha lanzado cuatro nuevas publicaciones con toda la información práctica para conocer en profundidad algunos de los destinos turísticos más bellos del planeta. Con 'Lo mejor de Grecia' los viajeros conocerán los mejores itinerarios para descubrir el país. 'California' contiene 100 mapas detallados para poder organizar de forma sencilla y rápida el viaje. 'Tanzania' incluye 12 safaris e infinitas visitas al Kilimanjaro, así como mapas claros y un diseño intuitivo. Finalmente, 'Vietnam' dedica un capítulo especial a los templos de Angkor.



CALENDARIO

Ferias de Turismo en octubre

● Del 18 al 20 de octubre, TTG Incontri, Rimini (Italia). Salón internacional *business to business* de Turismo que cada año da a conocer las novedades del mercado a los profesionales del Sector, como hoteleros, agentes de viajes y representantes de compañías aéreas. Más información en la página web www.ttgincontri.it.
● Del 24 al 26 de octubre, Feria de las Américas (ABAV), Río de Janeiro (Brasil). Se trata de una de las grandes ferias de Turismo de Iberoamérica. Como en ediciones anteriores, se convertirá en el punto de encuentro de todo tipo de empresas turísticas. Más información en la página web www.feiradasamericas.com.br.
● Del 25 al 26 de octubre, Turismo Cultural & City Break, Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (España). Málaga acoge este evento en el que se promociona una oferta turística alejada del 'sol y playa' y más centrada en el Turismo idiomático, gastronómico y enológico, así como escapadas urbanas y rurales. Más información en la web www.fycma.com.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

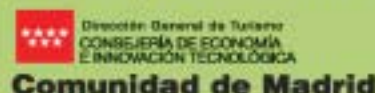
Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

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

Guillermo Orrillo

Latam Airlines Group, grupo aéreo creado recientemente tras la asociación de Lan Airlines y Tam., ha nombrado a Guillermo Orrillo director comercial en Europa. De origen argentino, afronta el reto de afianzar y consolidar su presencia en el continente.



Javier Mediano

Emirates ha designado a Francisco Javier Mediano jefe de ventas para Cataluña. Con casi 20 años de experiencia en el ámbito de las aerolíneas, Mediano se encuentra en la mejor disposición de ayudar a poner en marcha y expandir las operaciones de Emirates.



David Usón

Transhotel ha elegido a David Usón como nuevo director de contratación hotelera. A partir de ahora será el responsable de potenciar las acciones de negociación para contratar la oferta de tarifas más variada y competitiva.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Manuel Butler	3
Entrevista / Laura y Germán Fernández	4
Escaparate	6-13
Gestión	15
Mostrador	17-20
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

8 al 14 de Octubre de 2012



LA SEMANA

Comienza la cuenta atrás para la venta del Imerso

Una vez concluida la temporada de verano, que pese a no haber dejado buen sabor de boca sigue siendo la más fuerte en reservas, las agencias esperan como agua de mayo el arranque de las ventas de viajes del Imerso. La distribución de este programa, que el pasado año comenzó a mediados de septiembre, dará el pistoletazo de salida el 3 de noviembre en Andalucía, Extremadura y País Vasco, estando a la venta en todas las agencias del país el 10 de noviembre. A pesar de que, evidentemente, esta iniciativa impulsada por el Ministerio de Sanidad ayuda a combatir la estacionalidad, este año ha sufrido un fuerte recorte presupuestario, pasando de 103 millones a 68,2 millones de euros.



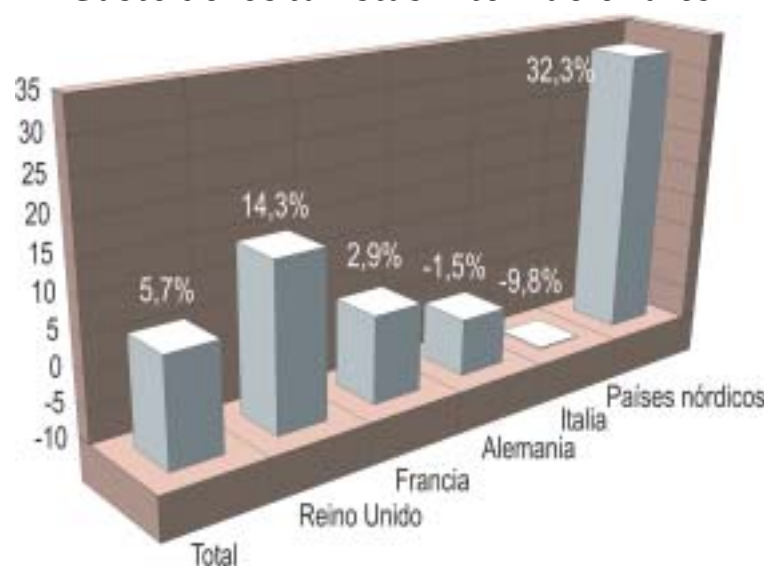
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El gasto turístico sube casi un 6%

Los casi ocho millones de turistas internacionales que han visitado España en el mes de agosto han gastado 7.704 millones de euros, un 5,7% más que en 2011. Destaca en este mes la fortaleza de mercados como Reino Unido, Francia y países nórdicos, con subidas del 14,3%, 2,9% y 32,3%, respectivamente. Baleares lidera el gasto turístico con 2.030 millones de euros, un 8,2% más que en el ejercicio anterior.

Gasto de los turistas internacionales



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

El gasto turístico evoluciona de manera similar a la entrada de visitantes en España. En agosto, los 7,9 millones de viajeros internacionales llegados al país (un 5% más que en 2011), han desembolsado 7.704 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,7%. Según los datos publicados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el gasto medio experimenta un tímido avance del 0,6%, hasta los 982 euros, mientras que el diario aumenta un 3,6%, hasta los 102 euros.

Reino Unido es el mercado que emisor más contribuye al crecimiento durante agosto. Con un gasto de 1.766 millones de euros, muestra un fuerte aumento del 14,3%, favorecido por el intenso avance del 9,2% del gasto medio por persona, pues la entrada de turistas muestra una evolución más moderada, concretamente del 5%. Baleares acapara uno de cada tres euros desembolsados por estos visitantes.

Francia supera a Alemania

Como en los dos últimos años, el gasto del mercado francés supera en agosto al alemán, registrando un crecimiento del 2,9%, hasta los 1.062 millones de euros, rompiendo con la tendencia negativa de los cuatro meses anteriores. Alemania ocupa la tercera plaza con 992 millones de euros, un 1,5% menos que el año anterior. Este decrecimiento se produce como consecuencia de la bajada en el número de turistas (-4,3%), puesto que su gasto por persona ha ascendido un 2,9%.

A continuación aparecen Italia y países nórdicos con 550 millones y 372 millones, respectivamente. El primer mercado experimenta un descenso interanual del 9,8%, mientras que el segundo muestra un fuerte incremento del 32,3% respecto a agosto del ejercicio anterior. El res-

to de países aportan en su conjunto 2.963 millones de euros, un 5,2% más que en agosto de 2011.

En lo que respecta a las Comunidades autónomas de destino, Baleares, con 2.030 millones de euros (un 8,2% más que en 2011), se sitúa por delante de Cataluña, a pesar de

ser ésta la que ocupa la primera posición en número de turistas internacionales recibidos. El desembolso de los visitantes internacionales en Cataluña registra un fuerte aumento del 14,8%, hasta los 1.795 millones, cosechando ocho meses sucesivos de subidas.

Fortaleza de Canarias

Canarias protagoniza un nuevo crecimiento del 15,3% en agosto, alcanzando los 1.085 millones de euros y acumulando tasas positivas desde enero de 2011 (salvo en el pasado mes de abril). Entre las principales regiones receptoras del gasto también están la Comunidad Valenciana, con 695 millones (un 11,4% más) y Madrid con 497 millones (un 29,7% menos). El fuerte descenso experimentado por ésta última viene motivado por la celebración en agosto de 2011 de las Jornadas Mundiales de la Juventud en la capital. El desembolso en el resto de Comunidades baja un 0,5%, situándose en 653 millones.

Según la forma de organización del viaje, los turistas extranjeros que han llegado al país con un 'paquete' turístico han desembolsado 2.434 millones de euros, un 2,8% más que en agosto de 2011. El resto de visitantes han gastado 5.270 millones de euros, un 7% más. Por su parte, el alojamiento hotelero sigue teniendo mayor peso que el resto de modalidades, concentrando un gasto de 4.484 millones, un 9,2% más. Los turistas que se han pernoctado en otro tipo de establecimientos sube un 1,1%, situándose en 3.220 millones.

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